

Barcelona:

Creativitat, coneixement i competitivitat en el context europeu

Barcelon**a**ctiva



Ajuntament
de Barcelona

Barcelona Activa

Un estudi elaborat per:

Montserrat Pareja-Eastaway
Lidia García Ferrando
Joaquín Turmo Garuz
Marc Pradel i Miquel
Montse Simó Solsona

Equip ACRE Barcelona
GRC Creativitat, Innovació i Transformació Urbana
Facultat d'Economia i Empresa

Universitat de Barcelona

Índex

	Presentació de l'informe	2
01	Aproximacions a la competitivitat urbana: el paper de la creativitat i el coneixement	6
02	L'estat de la qüestió: breu síntesi dels sectors creatius i del coneixement a Barcelona	10
	02.1 Anàlisi sectorial	13
03	Avaluació de la ciutat-regió de Barcelona	19
	03.1 La perspectiva de treballadors i titulats superiors als sectors creatius i de coneixement.....	19
	03.2 Les empreses dels sectors creatius i de coneixement intensiu: la perspectiva de gerents i directius.....	27
	03.3 Immigrants qualificats	35
04	Polítiques i projectes adreçats als sectors creatius i del coneixement: principals reptes	41
05	El posicionament de la ciutat-regió de Barcelona respecte a d'altres ciutats	47
06	Reflexions i recomanacions	57
07	Referències	60

Presentació de l'informe

Els resultats presentats en aquesta publicació són fruit d'un projecte europeu de recerca, **ACRE - Adaptant el coneixement creatiu: la competitivitat de les regions metropolitanes a l'Europa ampliada** - ¹ finançat pel VI Programa Marc durant el període 2007-2010. Aquest projecte ha tingut com a objectiu principal l'anàlisi de les condicions necessàries per a formar o estimular regions creatives i de coneixement intensiu en el context europeu. ACRE ha examinat diferents estudis de cas -Amsterdam, Barcelona, Birmingham, Budapest, Hèlsinki, Leipzig, Munich, Poznan, Riga i Sofia - tot comparant a escala internacional la competitivitat entre ciutats i la seva regió metropolitana i el paper que hi juguen la creativitat i el coneixement.

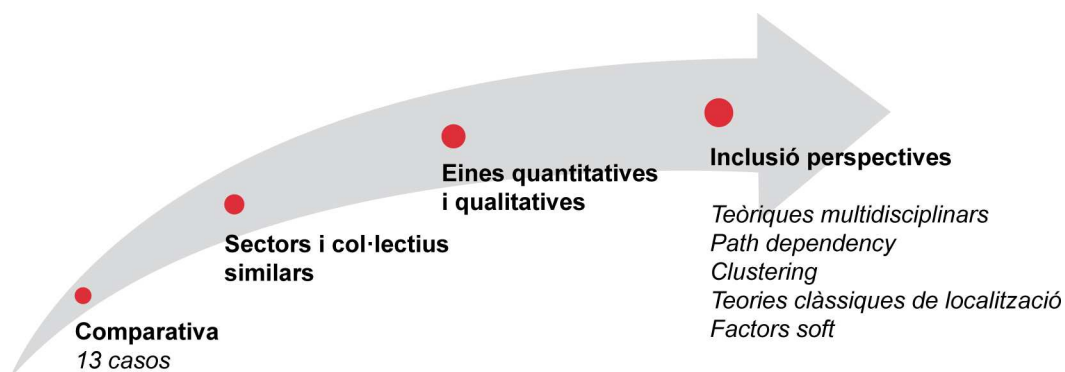
El projecte ACRE és capdavanter en l'aplicació d'una metodologia integradora en l'estudi de la competitivitat actual de les ciutats a Europa. El seu objectiu principal és l'anàlisi de quines serien les condicions necessàries per a formar o estimular "regions creatives i del coneixement" en el context de la Unió Europea, posant el focus en el territori amb una metodologia basada en aproximacions tant qualitatives com quantitatives. L'estudi a la Regió Metropolitana de Barcelona ha estat realitzat per un equip interdisciplinari d'economistes, sociòlegs i antropòlegs de la Universitat de Barcelona.

L'examen de les actuals estratègies de competitivitat urbana, identificant el paper que assumeixen tant la creativitat com la innovació i el coneixement, s'ha plantejat a través de les següents qüestions:

- En quina mesura una "regió creativa i del coneixement" suposa una atractiva, efectiva i real perspectiva de desenvolupament per a les regions metropolitanes europees?
- Quina és la contribució que poden donar les "regions creatives i del coneixement" a Europa en la pretensió de la UE per esdevenir més competitiva amb una economia basada en el coneixement?
- Ha de ser el desenvolupament econòmic metropolità una estratègia encarada a nivell local (als centres urbans) o a nivell de regió metropolitana? Què pot aportar una perspectiva regional quan es tracta de especialitzar-se com a ciutat creativa i de coneixement? Podria ser el nivell regional el més adequat per aquests objectius?
- Fins a quin punt podem parlar de divergències o convergències en el recent desenvolupament d'estratègies a les regions metropolitanes de l'Europa Occidental i Central i a l'Europa de l'Est, i quin és, en cada cas, el paper que hi juguen la creativitat, la innovació i el coneixement?
- En quina mesura els factors *soft* de localització esdevenen importants en les estratègies d'ubicació de negocis i talent, especialment en aquells basats en el coneixement i la creativitat empresarial?
- Quin paper ha jugat la pròpia evolució històrica en termes d'especialitzacions econòmiques tradicionals, herència cultural, estructura urbana històrica, fluxos de migracions internacionals, obertura internacional? Aquesta evolució produeix diferències d'oportunitats per a desenvolupar-se com a "regió creativa i/o del coneixement"?

En primer lloc, per tal de respondre de forma ordenada a aquestes preguntes, es fa un recull de les aportacions acadèmiques al dilema de la localització empresarial al territori des d'una perspectiva Europea².

Figura 1. Elements que caracteritzen la metodologia integrada del projecte ACRE



Font: Projecte ACRE

Seguidament, es realitza un estudi en profunditat de quina ha estat la trajectòria històrica de les 13 ciutats que participen en el projecte, particularment en els darrers cinc anys³. La recerca literària i documental, l'anàlisi de dades disponibles i d'indicadors quantitius juntament amb un primer treball de camp exploratori amb entrevistes obertes a institucions vinculades directament al tema de recerca⁴, constitueixen el principal ventall metodològic en aquesta fase. L'esforç de síntesi es concentra principalment en l'estat de la qüestió dels sectors creatius i del coneixement: la seva aportació en termes d'ocupació i representativitat en el conjunt de la ciutat⁵.

La comparació dels diferents patrons (*paths*) de desenvolupament de les regions creatives i del coneixement a Europa intenta contrastar diferents hipòtesis de partida respecte quines ciutats estarien millor o pitjor posicionades (segons la seva pròpia evolució) per a convertir-se, amb èxit, en ciutats creatives o del coneixement. Ésser reconegudes com a nuclis de decisió política a escala nacional i internacional, una imatge de ciutat diversa i plural i l'existència de polítiques impulsores de la innovació i la tecnologia són, entre d'altres, hipòtesis que es discuteixen en aquesta fase de la recerca⁶.

² Veure Musterd *et al.* (2007)

³ Veure Pareja-Eastaway *et al.* (2007a)

⁴ Promoció Econòmica (Ajuntament de Barcelona), Institut de Cultura (Ajuntament de Barcelona), Institut Català de les indústries Culturals (Generalitat de Catalunya), Districte Econòmic 22@, Barcelona Activa -Promoció de la Innovació (Ajuntament de Barcelona), Pla Estratègic de Barcelona.

⁵ La definició de sectors creatius i intensius en coneixement del Projecte ACRE coincideix amb la del Departament de Cultura, Media i Esports del Regne Unit, elaborada al 2001. A diferència d'altres classificacions, com per exemple la de la OCDE, la classificació de ACRE exclou alguns sectors culturals com ara museus o biblioteques així com també, l'educació pre-universitària (veure UNCTAD, 2008, pp.12-13).

⁶ Veure Kóvacs *et al.* (2007)

Figura 2. Definició de sectors al projecte ACRE

Sectors creatius	Sectors coneixement
Arquitectura	Seveis a les empreses
Software	Tecnologies de la informació i la comunicació
Disseny web	Finances
Videojocs	R+D
Radio	Educació superior
Televisió	
Cinema	
Vídeo	
Tèxtil	
Disseny	
Fotografia	
Publicitat	

Font: Projecte ACRE

A continuació, el projecte estudia la relació de tres tipus d'actors claus en la nova economia del coneixement i el territori: treballadors de les empreses creatives o de coneixement intensiu⁷-mitjançant una enquesta a 204 persones -, les empreses d'aquests sectors a través dels seus gerents⁸ i, finalment, els immigrants transnacionals en llocs de treball qualificats dins els sectors creatius i intensius en coneixement⁹. La satisfacció en relació a la ciutat, els factors causals perquè les empreses s'estableixin a la RMB i la capacitat de Barcelona per atreure talent.

Un cop s'elabora la síntesi d'aquests tres col·lectius identificant els punts febles i forts de la ciutat- regió¹⁰, el projecte avança en l'anàlisi de les polítiques que estimulen i promocionen la creativitat i el coneixement a la Barcelona. Així, aspectes vinculats a la governança, la definició d'estratègies de desenvolupament vers aquests sectors, la vinculació entre les estratègies polítiques i econòmiques, la identificació d'institucions i actors claus i les seves interrelacions i sinèrgies són, entre d'altres, alguns dels elements estudiats a través de la realització d'entrevistes¹¹ i l'examen de documentació tècnica i d'altre de caire polític.

¹⁰ Veure Pareja-Eastaway (2010)

¹¹ Entre d'altres: Institut de Cultura de Barcelona (ICUB), Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC), Catalonia Innovation Triangle (Consorti de l'eix B-30), Hangar Centre de Producció d'Arts Visuals, Trànsit Projectes, Cambra de Comerç de Barcelona, Barcelona Activa, BioCat, Ajuntament de Terrassa, Vicerectorat Política Científica UB, Promoció Econòmica Ajuntament de Barcelona.

Figura 3. Fases del projecte ACRE a la RMB

Fase	Anàlisi	Col·lectius	Sectors i subsectors	Metodologia
Fase 1 (a)	Estat de la qüestió dels sectors econòmics i del coneixement			Anàlisi documental
Fase 2 (b)	Importància dels factors de localització i la relació amb la ciutat i la feina	Treballadors	<u>Creatius</u> : Software, media (TV, radio, vídeo i cinema), arquitectura <u>Coneixement</u> : Servei a les empreses, finances, R+D	Enquesta
Fase 3 (c)	Motius per la localització i assentament d'empreses	Directius, gerents d'empresa	<u>Creatius</u> : Media (TV, radio, vídeo i cinema), software <u>Coneixement</u> : Servei a les empreses, consultores	Entrevista
Fase 4 (d)	Capacitat per atraure i retenir talent	Immigrants qualificats transnacionals		Entrevista
Fase 5 (d)	Avaluació de punts forts i febles	Síntesi anteriors		Síntesi
Fase 6 (e)	Contribució de les estratègies i polítiques			Anàlisi documental Entrevistes

Font: Projecte ACRE

El projecte identifica quin paper han jugat les polítiques de desenvolupament dels sectors creatius i de coneixement intensiu a cada ciutat-regió, i de quina manera han contribuït al seu posicionament competitiu actual¹². Projectes, programes, així com determinades línies estratègiques vinculades al desenvolupament de la nova economia, són els arguments fonamentals que permeten esbrinar fins a quin punt la orientació actual de la ciutat-regió permet no només sobreviure a la crisi econòmica sinó seguir en posicions capdavanteres de competitivitat a Europa. Copsar els diferents discursos sobre la implementació de polítiques i estratègies i comprovar la seva validesa en la situació actual forma també part d'aquest darrer nivell.

En definitiva, el que pretén el projecte és respondre al següent interrogant: fins a quin punt, la creixent importància en la orientació econòmica de la ciutat vers els sectors creatius i del coneixement està reforçada per unes polítiques públiques adients i garanteix la millora de la competitivitat de la ciutat en el futur. Aquest informe és una síntesi dels resultats obtinguts pel cas de Barcelona i la seva regió metropolitana i del seu posicionament respecte les ciutats europees que han participat al projecte.

¹² Veure Pareja-Eastaway *et al.* (2010)

01

Aproximacions a la competitivitat urbana: el paper de la creativitat i el coneixement

La trajectòria econòmica de les ciutats i el seu desenvolupament són aspectes dinàmics i sinèrgics alhora. Actualment, el debat sobre els factors que determinen la competitivitat de les ciutats es troba en plena fase de revisió recollint d'una banda, les històriques aproximacions a la localització de l'activitat econòmica i d'altra, noves formulacions que subratllen la qualitat de vida dels treballadors com a particularment determinants.

Les aglomeracions que es generen entorn de les grans urbs són per si soles factors d'atracció d'inversió i de treballadors a causa del que coneixem com economies d'aglomeració, que es defineixen a partir de les externalitats econòmiques generades per l'acumulació d'activitats diverses en un determinat entorn geogràfic. El resultat general d'aquestes externalitats és la major eficiència i major dinamisme econòmic. A més, en la mesura que aquestes aglomeracions tenen capacitat d'atreure activitats innovadores, creatives i de coneixement, això permet la concentració d'activitats d'alt valor afegit que milloren la competitivitat de la ciutat o regió metropolitana.

L'anàlisi clàssica de la determinació de la localització de l'activitat econòmica s'ha centrat de forma exclusiva en la localització del capital. En conseqüència, s'ha posat l'èmfasi en una sèrie de factors d'índole econòmica, com el cost de la mà d'obra, l'accés a algun recurs, la localització geogràfica, les condicions fiscals, etc. Aquest tipus de consideracions han tingut un paper predominant en la localització de l'activitat manufacturera tradicional, són els factors clàssics de la localització.

No obstant això, durant les últimes dècades ha augmentat la rellevància de determinades activitats econòmiques, com les activitats creatives i intenses en coneixement, i s'han produït importants canvis en les relacions de producció. Aquesta nova orientació en l'activitat econòmica comporta una disminució de la importància de la cadena jeràrquica i major rellevància de l'horitzontalitat en les relacions productives. Al mateix temps, el paper del coneixement i la creativitat han modificat les formes d'organització de la producció, això atorga major autonomia als treballadors. Aquesta nova autonomia dels agents econòmics, *managers*, professionals d'activitats de coneixement i professionals creatius, s'estén a l'àmbit de la localització de la seva pròpia activitat econòmica i fins i tot es pot traduir en una influència més gran en les decisions de localització de les dependències o filials de les empreses. En conseqüència, sorgeixen noves motivacions/factors de la localització que s'associen a nous fluxos de treballadors, generalment d'alt nivell de qualificació.

El projecte ACRE es circumscriu a un marc teòric constituït per quatre aportacions fonamentals (Kovács et al., 2007): la teoria clàssica de la localització¹³, la trajectòria històrica (*Path dependency*), la teoria dels factors *soft* de localització i la formació de clústers.

Tot i que uns altres factors poden haver guanyat importància, no es pretén fer entendre que els factors *hard* avui en dia són irrelevants. Al contrari, en l'actualitat les ciutats i les regions urbanes haurien de comptar amb certes condicions de localització "clàssiques". Tot i que per si soles aquestes condicions no són suficients, si que són necessàries. Les grans ciutats-regió en general, tenen la capacitat d'oferir factors *hard* essencials. No obstant, encara existeixen diferències entre les xarxes regionals de telecomunicacions i les comunicacions a través de vies marítimes i aèries. Les possibilitats d'obtenir capital, el treball qualificat i el context institucional són molt rellevants i per tant és crucial tenir en compte que aquests elements no estan distribuïts de forma equitativa. Les polítiques fiscals, els preus dels lloguers, els costos personals, els sous i la legislació en matèria laboral,

¹³ La teoria clàssica de localització estableix que els patrons de localització de les empreses s'han d'interpretar en base a les economies d'escala, economies d'aglomeració i a la connectivitat entre territoris. Factors com la qualitat de les infraestructures, l'accessibilitat, les comunicacions, la disponibilitat de capital, de treball o altres factors que afecten directament sobre els costos i beneficis de les empreses (nivell de salaris, mercat de l'habitatge, entre d'altres) són els anomenats factors *hard* de localització o factors de localització tradicionals.

continuen sent factors crucials. Aquests factors ofereixen distintes oportunitats a les diferents regions metropolitanes amb voluntat de ser atractives i competir en el context internacional.

Molts debats sobre els factors clàssics de localització i sobre la teoria de clústers també es poden situar dins la teoria de xarxes. L'impacte dels lligams personals, les relacions locals i les afiliacions a diferents tipus d'organitzacions s'han convertit en elements determinants per a les ciutats. En alguns contextos aquestes relacions i xarxes fan referència a conceptes com "trajectòries individuals". L'aplicació d'aquests conceptes és més funcional quan es tracta d'entendre les diferents raons per les quals els actors decideixen romandre en el lloc on estan establerts. D'aquesta manera s'introdueix un criteri per distingir entre l'origen i la trajectòria individual. Els llaços geogràfics que reben especial atenció són aquelles relacionades amb el lloc on s'assenta la família, el lloc de naixement, el lloc on s'estudia (inclòs l'ambient universitari), i la proximitat amb els amics.

Tot això està relacionat amb la trajectòria històrica (*path dependency*)¹⁴, però també amb la idea d'arrelament com a concepte determinant per a diferents actors. El concepte de clúster està també relacionat amb la teoria de xarxes. Tal i com expliquen les teories clàssiques del districte industrial a Itàlia, les petites i mitjanes empreses que s'especialitzaven en la mateixa activitat industrial s'estaven organitzant de tal manera que implicava tant competència com cooperació. Aquests exemples particulars estaven fonamentats en relacions socials i en pactes; les relacions personals i els clústers van anar de la mà.

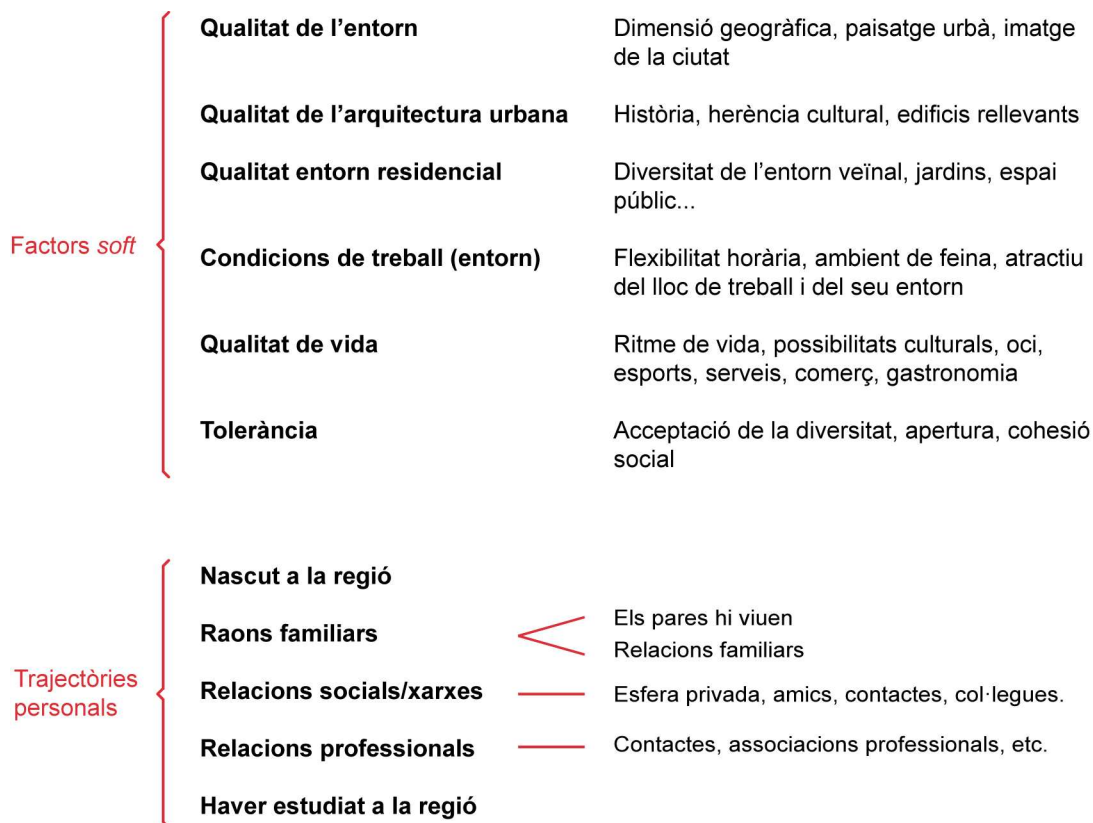
Les xarxes personals també estan íntimament relacionades amb la immigració internacional. Moltes persones immigrants no es traslladarien a un nou territori sense el suport de les xarxes individuals als llocs de destí. L'emergència d'una "nova classe" creativa, altament mòbil, amb un nivell de formació superior i accés a la tecnologia va més enllà de les tesi d'en Richard Florida. L'entorn és important: tant pel que fa al context institucional i econòmic, com respecte a les estructures físiques i els espais públics on la gent pot trobar-se, fer vida social.

L'aproximació integral del projecte ACRE afegeix que no tan sols han de tenir-se en compte aspectes de connectivitat en el desenvolupament dels clústers si no també les condicions en que s'originen i evolucionen aquestes aglomeracions. Conceptes com *path dependency*, la trajectòria històrica de les empreses i de la seva activitat econòmica, la trajectòria dels individus que hi treballen, són elements prou determinants com per subratllar que les condicions del context local són també rellevants i s'han de contemplar.

Figura 4. Quadre resum: Factors d'atracció i localització a la ciutat

Factors hard	Accessibilitat internacional	Connexions de transport internacional (aeroports, trens d'alta velocitat, ports, etc.)
	Treball	Oferta laboral i oportunitats de promoció
	Condicions laborals	Tipus de contracte, salari
	Educació	Universitats i altres institucions d'educació superior
	Infraestructures tècniques	Accessibilitat al transport públic, etc.
	Infraestructures socials	Escoles bressol, serveis de salut, etc.
	Condicions d'habitatge	Estoc, preu, accessibilitat, oferta diversa de tinences, etc.
	Condicions de vida	Cost de vida, altres despeses, sistema tributari, etc.

¹⁴ La trajectòria històrica (*Path dependency*) fa referència a la trajectòria històrica de les ciutats i s'aplica al desenvolupament de l'organització econòmica però també a l'impacte de les estructures organitzatives i de les institucions socials i polítiques.



Font: Projecte ACRE

La substitució en els darrers anys del model *fordista* per models més flexibles de producció ha comportat el declivi d'algunes activitats econòmiques i l'ascensió d'altres, en particular aquelles que incorporen grans dotacions de capital humà (Musterd *et al.*, 2007). Simultàniament, la globalització dels mercats i l'adveniment de les noves tecnologies se sumen com a factors transformadors de la ciutat i del seu model de competitivitat. El sorgiment de la "nova economia", on els sectors creatius i del coneixement són eixos fonamentals, ha determinat noves fórmules per a que les ciutats competeixin, atorgant un pes específic i diferenciador a certs factors productius, això és: el talent la innovació i la creativitat, els quals esdevenen fonamentals en el desenvolupament i l'èxit de les ciutats creatives i en particular, de la "classe creativa" (Florida, 2002).

Els nous creatius es defineixen com aquelles persones que accionen i impulsen el creixement de la nova economia tot "creant noves idees, nova tecnologia i nous continguts creatius". Segons Florida (2002), aquest grup de població, prefereix viure en espais culturalment diversos i tolerants amb una alta concentració de capital cultural i fàcil accés a les tecnologies i la connectivitat.

En aquest context, les ciutats creatives juguen un paper on el coneixement i el capital humà en són factors essencials. La ciutat es converteix en un pol d'atracció d'activitat creativa, de talent i de valor afegit. Les indústries creatives emergeixen com a elements claus en el desenvolupament econòmic urbà i el canvi d'enfocament i potenciar les activitats creatives com a motor econòmic, s'expandeix també a la resta de la dimensió urbana (Pareja-Eastaway, 2010). Les indústries culturals sorgeixen com el *hard core* de l'activitat creativa però també una gran part de les indústries creatives es correlacionen amb activitats intensives en coneixement, essent sovint, creativitat i coneixement difícils de desvincular.

En l'escenari actual, l'èxit i desenvolupament de les ciutats dins el panorama de la competitivitat internacional en base a l'atracció d'empreses i el capital estranger depèn cada cop menys dels factors clàssics de localització de l'activitat productiva (factors *hard*) tot augmentant la rellevància d'aquells factors que afavoreixen la circulació i atracció del talent i de la classe creativa (factors *soft*) (Pareja-Eastaway, 2009a).

Tot i que els factors clàssics com ara les infraestructures, el preu del sòl, salaris, sistemes impositius, etc. segueixen essent determinants en la localització d'empreses, el debat acadèmic actual es centra en el paper i la potencialitat dels factors *soft*, aspectes vinculats a l'intangible, com l'atmosfera cultural, l'entorn residencial, la tolerància, la cohesió social, etc. Mentre que Florida es pot considerar com a representant del corrent que es reafirma en la importància d'aquests com a factors clau en l'atracció exercida per les ciutats vers la classe creativa, altres autors com ara Musterd i Murie (2010) recolzats en els resultats del projecte ACRE, assenyalen altres motivacions que contribueixen decisivament al desenvolupament de l'activitat creativa a una metròpoli determinada: els factors *network* - trajectòries vitals i professionals de cada individu, les xarxes personals i professionals que estableixen al seu entorn- esdevenen factors essencials en l'atracció i retenció de talent i, per tant, de localització d'activitat creativa.



Pareja-Estaway

02

L'estat de la qüestió: breu síntesi dels sectors creatius i del coneixement a Barcelona

La Regió Metropolitana de Barcelona (RMB) ha tingut un fort creixement econòmic i demogràfic durant l'últim segle com correspon a la principal aglomeració industrial d'Espanya. La diversificació industrial ha permès a la ciutat-regió de Barcelona ocupar el primer lloc en la contribució al PIB de l'economia espanyola fins a la segona meitat dels anys setanta, quan Madrid ocupa aquesta posició. És en aquest moment que s'inicia el canvi estructural vers la creixent terciarització fent que Barcelona combini la diversificació industrial amb una progressiva especialització en serveis d'alt valor afegit. Aquesta nova orientació de l'economia regional, consolidada en els darrers anys, ha contribuït a marcar una notable diferència entre un nucli més especialitzat en aquests serveis d'alt valor afegit, Barcelona ciutat, i la resta de la regió amb major pes d'activitats manufactureres.

La Regió Metropolitana de Barcelona suposa el 69.5 % de l'activitat econòmica de Catalunya i presenta una concentració més elevada d'activitats creatives i intensives en coneixement que la resta de Catalunya. Aquestes activitats a la regió metropolitana de Barcelona representen una participació sobre el total de Catalunya sempre superior al 70 %, superant el 80 % i fins i tot 90 % en alguns casos.

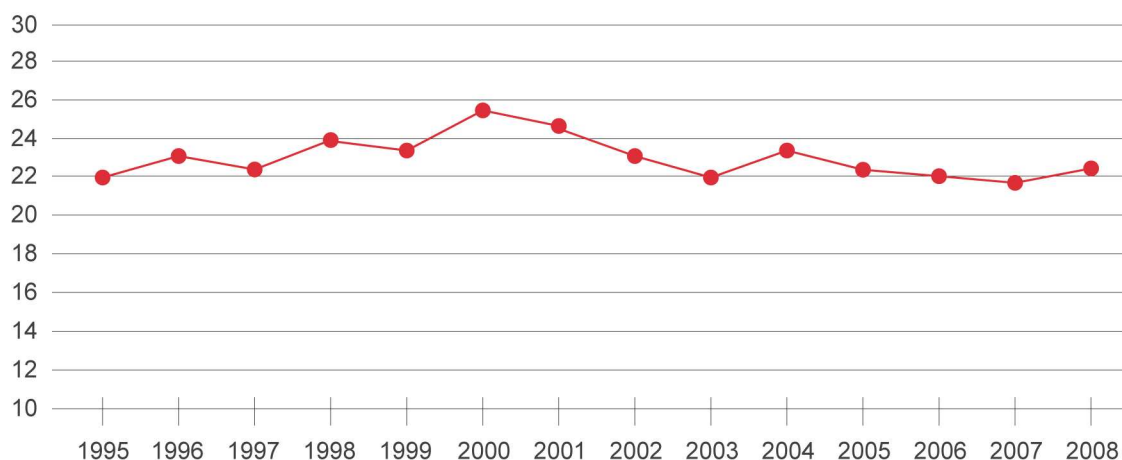
Aquesta concentració és més elevada en dos sectors industrials, "Indústria farmacèutica" i "Indústria informàtica, electrònica i òptica", així com en activitats com la "Activitat logística i correus", el conjunt de "Serveis editorials i d'informació", "R&D" i "Altres activitats tècniques i professionals", totes elles amb una participació a la RMB superior al 80%. També destaquen les activitats creatives i culturals amb percentatges similars, com ara "Cinema, so, radio i TV" i "Activitats i serveis culturals".

La ciutat de Barcelona constitueix el nucli de les activitats d'alt valor afegit i és referència per al conjunt de la regió metropolitana. Mentre que a la resta de la regió continua havent-hi un pes fonamental de l'activitat industrial manufacturera, Barcelona ciutat és el centre de referència de les noves activitats innovadores i creatives. En tots els sectors creatius i intensius en coneixement assenyalats, excepte en cas de la "Indústria informàtica, electrònica i òptica", la participació dels sectors sobre el total de l'economia, és més elevada a Barcelona ciutat que a la resta de la regió metropolitana i també que a la resta de Catalunya.

L'economia de Barcelona manté un perfil especialitzat, tant en activitats intensives en coneixement com en activitats creatives, en front la pròpia regió metropolitana i la resta de Catalunya.

És per això, que la magnitud i diversitat de l'economia a Barcelona poden minimitzar la importància de les activitats que són considerades pròpiament creatives i de coneixement. L'evolució del pes relatiu de l'ocupació en aquestes activitats sobre el conjunt de l'ocupació presenta un lleuger creixement equivalent a 0,5 punts percentuals en el període 1995-2008 (del 22 al 22,5%).

Gràfic 1. Llocs de treball als sectors creatius i intensius en coneixement (*) sobre el total de llocs de treball (Província de Barcelona).



Font: EPA, INE

(*) Segons la definició del projecte ACRE

Així doncs, el creixement dels sectors creatius i de coneixement en la província de Barcelona, mesurat per la creació d'ocupació, ha estat superior al creixement promig del conjunt d'activitats econòmiques.

Els sectors intensius en coneixement han duplicat la seva ocupació des de 1995 a 2008 a Barcelona, superant les 246.000 ocupacions el 2008, després d'experimentar una notable recessió com a conseqüència de la crisi del sector tecnològic o empreses .com entre 2001 i 2003. L'ocupació en les activitats creatives ha crescut un 40 % durant aquest mateix període, per sota de creixement mitjà del conjunt de l'activitat econòmica, superant els 329.000 treballadors al 2008.

Gràfic 2. Evolució de l'ocupació total i de l'ocupació als sectors creatius i intensius (*) en coneixement a Barcelona província (1995 = 100)

Gràfic de línia que mostra l'evolució de l'ocupació total i de l'ocupació als sectors creatius i intensius en coneixement a Barcelona província (1995 = 100) entre 1995 i 2008. L'eix vertical representa l'índex (des de 80 fins a 220) i l'eix horitzontal els anys.

Anys	Treballadors d'activitats creatives i de coneixement	Treballadors d'activitats creatives	Treballadors d'activitats intensives en coneixement	Total
1995	100	100	100	100
1996	115	105	110	110
1997	125	100	120	115
1998	135	110	130	125
1999	145	115	140	135
2000	155	125	150	145
2001	145	135	140	140
2002	135	125	130	130
2003	145	120	140	135
2004	155	130	150	145
2005	165	125	160	150
2006	175	135	170	155
2007	185	140	180	160
2008	195	135	190	155

Font: EPA, INE

(*) Segons la definició del projecte ACRE

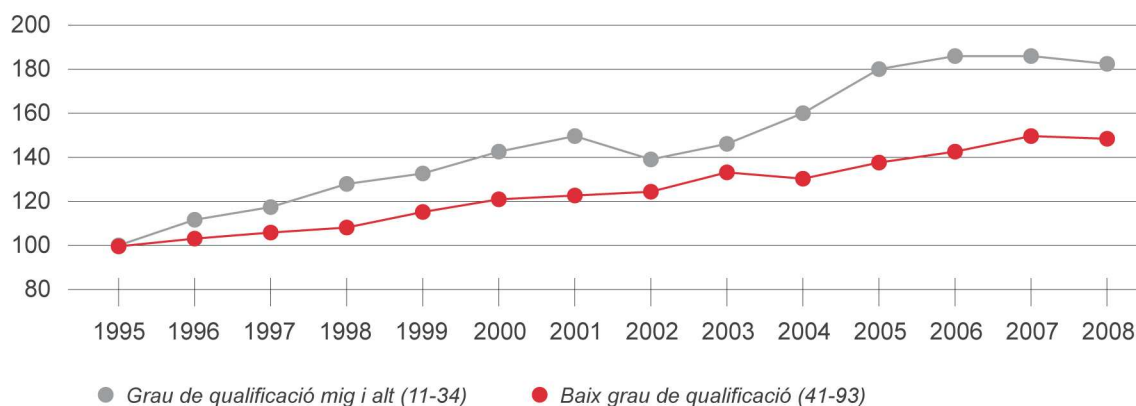
L'anàlisi sectorial ens permet doncs concloure que, en general, hi ha hagut un creixement als sectors creatius i intensius en coneixement més alt que a la resta de sectors econòmics a Barcelona regió.

Un anàlisi acurat requereix determinar si aquest creixement ha estat basat en el creixement de l'ocupació qualificada i, en conseqüència, ha comportat o no un valor afegit més alt¹⁵.

Així, a la província de Barcelona el nombre d'empleats de nivell de qualificació mitjà i alt ha crescut més del 80 % des de 1995 fins a 2008, mentre que el nombre d'empleats de baix nivell de qualificació ha crescut per sota del 50 %. Aquesta dada adquireix més rellevància si tenim present l'elevat nombre d'ocupacions creades a Barcelona durant el període considerat, tal i com s'ha vist anteriorment, i mostra una clara tendència a la regió vers la generació de llocs de treball en activitats d'alta qualificació, intensius en coneixement i alt valor afegit.

Del conjunt dels llocs de treball qualificats se'n pot concloure que les ocupacions que han experimentat menor creixement¹⁶ han estat les relacionades amb l'ensenyament i els directors d'empreses, particularment de petites empreses, mostrant aquest grup un estancament gairebé des de començament del segle tot i que és un dels que ocupa a més persones (119.000 a l'any 2008).

Gràfic 3. Evolució de l'ocupació per grau de qualificació a la província de Barcelona (1995=100)



Font: IDESCAT

El conjunt d'ocupacions on predominen tècnics i professionals de grau mig, han tingut un creixement de tipus mig¹⁷, que ocupen en conjunt a més de 270.000 persones, tenint en compte les diferents grups de classificació. També els professionals de la salut i directors d'empreses estan en aquest grup de creixement mig.

Però el que resulta més destacable és el creixement de les ocupacions de ciències físiques, enginyeria i activitats connexes, així com altres professionals científics en general, que han experimentat un creixement alt¹⁸ durant el període, duplicant la seva participació inicial. Aquests dos tipus d'ocupació absorbien al 2008, a més de 178.000 persones a Barcelona província. Aquest fet, juntament amb l'evolució d'ocupacions relacionades amb les ciències biològiques, de la medicina i la salut és una mostra de l'orientació de l'activitat econòmica cap a noves activitats de serveis, intensives en coneixement i amb major nombre de professionals per compte propi.

¹⁵ Aquest anàlisi es fonamenta en dades sobre tipus d'ocupació professional d'acord amb la nomenclatura CCO-94

¹⁶ Creixement per sota de la mitjana.

¹⁷ Creixement entre la mitjana i un 40 % més.

¹⁸ Creixement per sobre del 40%.

2.1 ANÀLISI SECTORIAL

L'any 2008, el conjunt de sectors creatius i intensius en coneixement ocupaven a Barcelona més de 576.000 persones, amb la distribució que s'observa a la taula 1.

Amb l'objectiu de presentar la tendència dels sectors estudiats en aquest projecte, s'ha distingit entre tres tipus de comportament segons la dinàmica sectorial: sectors de creixement baix, mig i alt. Els sectors de creixement baix es caracteritzen per presentar un creixement inferior al creixement promig del conjunt de sectors econòmics; els sectors de creixement mig tenen un creixement en l'interval definit pel creixement promig del conjunt de sectors i un 40 % superior i, finalment, els sectors de creixement alt, els quals denoten un creixement que ha superat al creixement econòmic promig en més del 40 %. Així doncs, tant als sectors creatius i intensius en coneixement de creixement mig com als de creixement alt, l'ocupació ha crescut per sobre del promig del conjunt de l'economia a Barcelona.

Taula 1. Ocupats a Barcelona en sectors creatius i intensius en coneixement. 2008

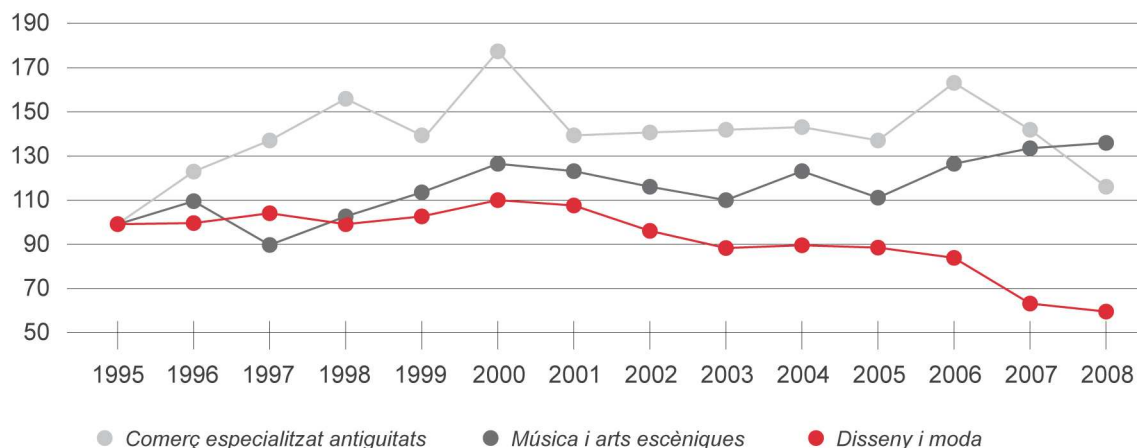
Comerç especialitzat - antiguitats	105.850
Disseny i moda	50.625
Arquitectura	24.975
Videojocs, programari i edició electrònica	37.375
Video, film, música i fotografia	47.000
Música i arts escèniques	16.525
Edició	21.225
Publicitat	16.300
Radio i TV	9.900
TOTAL ACTIVITATS CREATIVES	329.775
Serveis jurídics i altres serveis a empreses	102.100
Finances	71.725
Tecnologies d'Informació i Comunicació (TICS)	40.125
R&D i educació superior	32.700
TOTAL ACTIVITATS INTENSIVES EN CONEIXEMENT	246.650
TOTAL	576.425

Font: INE

Sectors creatius de creixement baix

Del conjunt de sectors creatius, el sector “Comerç especialitzat - antiguitats” i el “Disseny i moda” són els que ocupen a més quantitat de persones a Barcelona, generant entre ambdós sectors a l'entorn del 47 % de l'ocupació dels sectors creatius; no obstant això, aquestes activitats són poc dinàmiques doncs pertanyen a la categoria de sectors de menor creixement o creixement baix.

Gràfic 4. Evolució de l'ocupació en sectors creatius a Barcelona província. Sectors de creixement baix (1995=100)



Font: EPA, INE

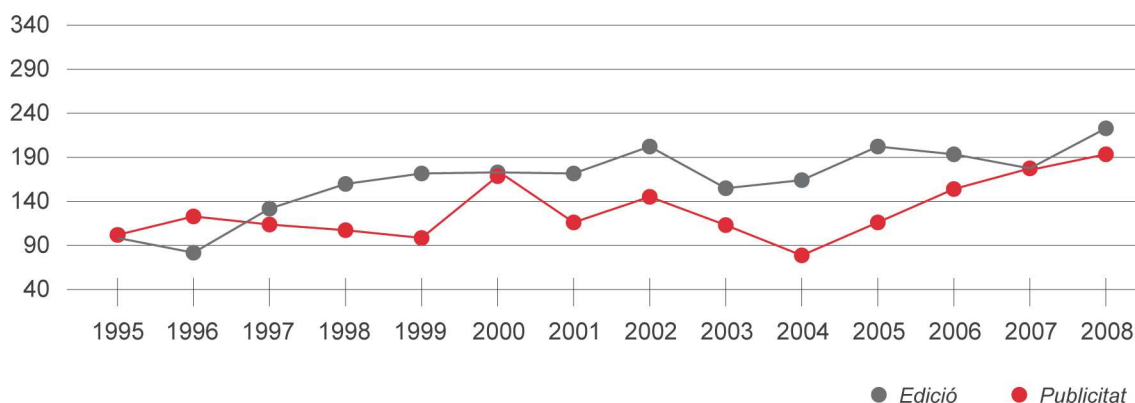
El conjunt d'activitats incloses a “Disseny i moda” donen feina a més de 50.000 persones a Barcelona província, especialment al voltant de la regió metropolitana de Barcelona. Aquest sector, però, ha experimentat una important reducció de la seva activitat durant els últims quinze anys, que no es pot atribuir a l'activitat creativa del sector sinó a la pròpiament manufacturera, que ha continuat la tendència del *outsourcing* tot localitzant activitats en altres països.

El sector de “Comerç especialitzat - antiguitats” està format per un elevat nombre de comerços que, en el seu conjunt, presenten gran heterogeneïtat, el que dificulta la seva catalogació i anàlisi conjunta. En general, ha seguit una evolució en alguns aspectes similar a la de les activitats comercials. Quant al sector “Música i arts escèniques”, la seva evolució ha estat de lleuger creixement amb daltabaixos, sovint lligats a èxits puntuals deguts a la seva activitat de producció creativa. Tot i així ha sofert una considerable davallada en l'ocupació durant els últims anys.

Sectors creatius de creixement mig

El sector "Edició", de creixement mig, és un dels que experimenta un creixement més sostingut, amb menys oscil·lacions durant el període. Es tracta d'un sector d'importància estratègica per Barcelona, pel seu arrelament i per la rellevància dels grups empresarials a la regió, que en conjunt donen feina a més de 21.000 persones. És també un sector amb grans possibilitats de convertir-se en "motor" econòmic de noves activitats relacionades amb altres sectors, com "Videojocs, software i edició electrònica" o "Vídeo film, música i fotografia", generant fenòmens de "*clusterització*" en aquest conjunt d'activitats. En efecte, les noves tecnologies han permès l'aproximació de les activitats de les empreses d'aquests sectors en la mesura que participen d'un element comú de sòlida tradició Barcelona, com és el disseny i les activitats plàstiques. Així, grans empreses del camp editorial, com el Grup Godó, Grup Planeta, Grup Editor RBA, o Grup Zeta també participen en la realització de productes digitals a través de les seves activitats multimèdia.

Gràfic 5. Evolució de l'ocupació en sectors creatius a Barcelona província. Sectors de creixement mig (1995=100)



Font: EPA, INE

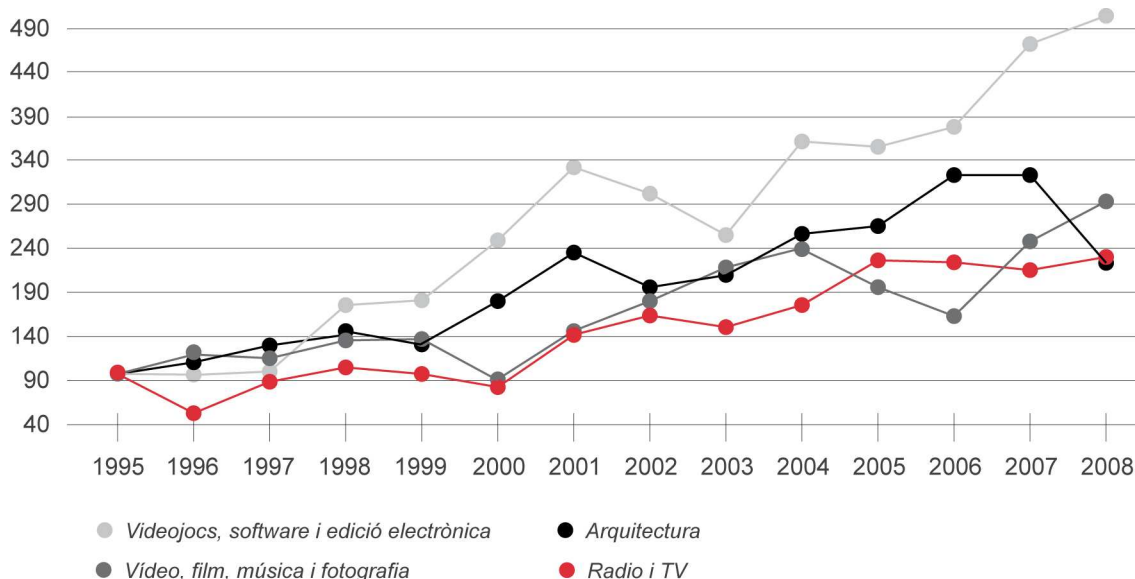
El sector "Publicitat" ha experimentat una forta recuperació després de la caiguda d'ocupació entre 2000 i 2004, en part relacionada amb la crisi de les empreses tecnològiques, que va afectar a les finances i altres activitats relacionades, com per exemple la publicitat que té la xarxa com a suport. També en aquest sector s'ha fet palesa la seva relació estreta amb un altre sector, aquest de creixement alt, com és el de "Vídeo, film, música i fotografia"; així, aquest conjunt d'activitats s'han vist afavorides per l'existència d'un entorn creatiu a Barcelona.

Algunes d'aquestes activitats s'han vist impulsades pel desenvolupament dels mitjans de comunicació audiovisual en la regió, que en els últims anys ha experimentat un notable creixement de centres emissors de ràdio i TV d'àmbit local i comarcal. També existeix aquí un alt potencial d'ubicació conjunta al territori, en la mesura que les empreses del sector "Publicitat" són importants proveïdores, en alguns casos com ara ràdio i televisió gairebé exclusius, d'empreses de la resta de sectors esmentats. La recessió econòmica, que està provocant una reducció de l'activitat en el sector "Publicitat", provocarà també una caiguda de l'activitat en alguns d'aquests sectors.

Sectors creatius de creixement alt

Entre els sectors de creixement alt, apart del cas ja esmentat de “Vídeo, film, música i fotografia” cal destacar el cas de sectors com “Videojocs, software i edició electrònica”, que ha quintuplicat la seva activitat, ocupant en 2008 més de 37.000 persones. Es tracta d'una de les activitats amb grans expectatives de desenvolupament futur a Barcelona, amb el potencial ja esmentat de interrelació o “clusterització” amb “Vídeo film, música i fotografia” i “Edició”.

Gràfic 6. Evolució de l'ocupació en sectors creatius a Barcelona província. Sectors de creixement alt (1995=100)



Font: EPA, INE

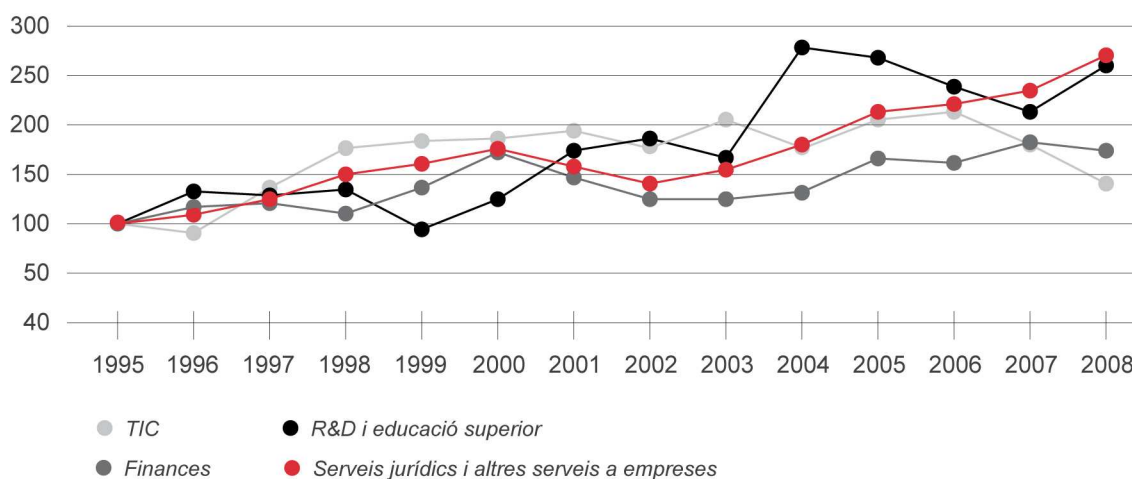
Barcelona és un dels centres de referència internacional en arquitectura, amb professionals de prestigi que han contribuït a generar un entorn innovador. No obstant això, el seu creixement durant el període 1995-2008 ha estat influït en gran mesura, pel boom immobiliari general del país i en particular, de la Barcelona regió, de manera que la crisi ha provocat una dràstica caiguda de l'ocupació.

Finalment, el sector “Radio i TV” ha estat el sector que ha experimentat el creixement menys fort però alhora més sostingut del conjunt de sectors d'alt creixement. Aquest sector ocupa 9.900 persones a la ciutat-regió de Barcelona.

Els sectors intensius en coneixement

Les activitats intensives en coneixement han esdevingut un objectiu estratègic des de finals de la dècada dels anys 1980, experimentant un important desenvolupament durant el període 1995-2008 a la província de Barcelona, encara que amb notables fluctuacions. Excepte el sector TIC, de baix creixement, en tots els altres casos el creixement de l'ocupació ha estat superior al creixement mitjà en el conjunt de l'economia. El sector TIC sembla haver entrat en crisi a partir de 2006, si bé la caiguda de l'ocupació en aquest sector sembla respondre més a la pròpia dinàmica del mateix que a l'efecte de la crisi econòmica i les activitats terciàries del sector mantenen una evolució creixent.

Gràfic 7. Evolució de l'ocupació total i de l'ocupació en sectors intensius en coneixement a Barcelona província. (1995 = 100)



Font: EPA, INE

El sector "Finances" ha tingut un creixement de tipus mig, havent superat els efectes de la crisi de les empreses ".com" que va afectar fortament a determinades entitats financeres lligades al sector. La crisi financera actual probablement també tindrà un efecte immediat i més fort sobre el sector "Finances", particularment en el cas de les caixes d'estalvi, bona part d'elles en procés de concentració i reestructuració de la seva activitat.

Un dels sectors de major creixement durant el període ha estat el de "R+D i educació superior", que donava feina al 2008 a més de 32.000 persones. Aquest és un dels exponents més esperançadors de cara al futur de les activitats de coneixement a Barcelona, i que mostra una trajectòria de cert èxit atribuïble al sistema universitari i de recerca de la regió. Ara bé, també l'activitat d'aquest sector es pot veure amenaçada per les repercussions que l'ajustament fiscal pugui tenir en el finançament públic.

El sector que segueix creixent de forma sostinguda és, fins el 2008, el de "Serveis jurídics i altres serveis a empreses" que l'any esmentat ocupa més de 100.000 treballadors. La magnitud del desenvolupament d'aquest sector s'ha de valorar en relació amb la importància de la seva implicació directa en l'enriquiment del teixit empresarial i industrial, particularment en activitats d'alt valor afegit.

Mentre que la Regió Metropolitana de Barcelona comprèn el 85 % de l'activitat econòmica de la província i la comarca del Barcelonès el 50% de la RMB, en el cas dels sectors intensius en coneixement, sobretot de "R+D i educació superior" i "Serveis jurídics i altres serveis a empreses", la concentració de la seva activitat a la ciutat

supera àmpliament aquest percentatge sobre el total de la RMB i de la província. Barcelona ciutat concentra les activitats de més alt valor afegit en les activitats de serveis.

En resum, es pot apreciar que **els sectors creatius i intensius en coneixement han experimentat un creixement superior al creixement mig a Barcelona regió**. A més a més, aquest creixement no és fruit del desenvolupament d'activitats inconnexes, ben al contrari, es poden apreciar interrelacions sectorials que permeten aventurar l'aparició de sinèrgies que facilitin un potencial de creixement futur d'activitats basades en la innovació sobre les noves tecnologies.

Figura 5. Quadre resum. Sectors creatius i del coneixement

Quadre resum L'estat dels sectors creatius i del coneixement a la RMB				
<p>Hi ha hagut un desenvolupament important dels sectors creatius i intensius en coneixement. Aquests sectors han crescut més que la resta de sectors econòmics de Barcelona regió.</p>	<p>Hi ha elements que permeten identificar potencials relacions de clusterització entre diferents sectors analitzats amb capacitat de creixement futur.</p>	<p>Existeix correspondència amb un fort creixement d'ocupacions d'alta qualificació a la regió, també per sobre del creixement mig de l'ocupació.</p>	<p>Creixen les ocupacions qualificades als sectors "Serveis jurídics i serveis a empreses", "Arquitectura" i R&D i educació superior".</p>	<p>Barcelona ciutat exerceix un paper capdavanter a la regió i a Catalunya, amb una clara especialització en activitats creatives i intensives en coneixement.</p>



03

Avaluació de la ciutat-regió de Barcelona

Barcelona és en l'actualitat una de les àrees on la creativitat i el coneixement han esdevingut eixos econòmics de promoció i estimul des de totes les instàncies. Amb l'objectiu d'identificar quins han estat els elements que han permès el desenvolupament de l'economia creativa i del coneixement a Europa, tal i com s'ha mencionat anteriorment, el projecte ACRE ha analitzat els factors principals que exerceixen atracció i retenció de treballadors a empreses pertanyents a sectors creatius i del coneixement instal·lades a la RMB.

Aquesta secció presenta els resultats de l'avaluació d'acord als tres col·lectius objecte d'estudi, això és, treballadors i titulats superiors, gestors i immigrants transnacionals d'acord amb la metodologia descrita a la presentació d'aquest document.

3.1 LA PERSPECTIVA DE TREBALLADORS I TITULATS SUPERIORS ALS SECTORS CREATIUS I DE CONEIXEMENT

Treballadors dels sectors creatius i intensius en coneixement i llicenciats a Barcelona i la RMB, varen ser entrevistats sota la metodologia dissenyada pel projecte ACRE. El 51,6 % dels enquestats resideix a Barcelona, el 68,8 % a la comarca del Barcelonès, inclosa Barcelona, i la resta en altres ciutats de la regió. La mostra està composta per un 59,3 % d'homes i un 4,7 % de dones i un predomini del tram d'edat comprès entre 35 i 44 anys.

La distribució d'edats per tipus de sectors d'activitat mostra una major correlació entre sectors creatius i població més jove, mentre que, per contra, en els sectors intensius en coneixement, la població ocupada té una mitjana d'edat superior. En efecte, el 64,1 % dels treballadors de sectors creatius és menor de 35 anys, mentre que el 66,7 % dels treballadors de sectors intensius en coneixement superen els 45 anys.

En general, aquests sectors tendeixen a atreure treballadors d'un nivell de formació superior a la mitjana. Així, un 78 % de la mostra ha realitzat estudis de nivell superior un percentatge molt superior a la mitjana de Barcelona, de Catalunya i d'Espanya. D'acord amb aquest nivell de qualificació, el nivell salarial és també superior a la mitjana. Gairebé el 80% de la mostra compta amb un salari superior al doble del salari mig espanyol. No obstant això, hi ha també marcades diferències en la remuneració entre les persones que treballen en sectors creatius i les que treballen en sectors de coneixement.

Mentre que entre els treballadors d'activitats creatives tot just hi ha un 1,5 % de remunerats que superen els 7.000€ mensuals, aquest percentatge s'aproxima al 15 % entre els treballadors de sectors intensius en coneixement; el contrari succeeix en els segments de mostra d'ingressos més baixos. En aquests casos el percentatge de treballadors de sectors creatius és major que el de treballadors de sectors intensius en coneixement. Encara que la diferència entre l'edat mitjana dels treballadors d'un i l'altre tipus de sectors pot explicar una part de la diferència salarial, la veritat és que segueix existint una notable diferència en la remuneració entre sectors intensius en coneixement i sectors creatius.

La majoria de les persones enquestades han nascut a Barcelona, el 51 %, o a la RMB, el 68 %; només un 9,3 % dels entrevistats són estrangers. Més del 71 % porta més de 10 anys vivint a la mateixa ciutat; la resta sí que ha realitzat algun desplaçament residencial però en la majoria dels casos dintre de la pròpia RMB. En termes generals, de l'enquesta es dedueix que els treballadors dels sectors analitzats no mostren una gran predisposició a la mobilitat, una característica comuna amb a la resta de treballadors d'altres sectors a la RMB i que també distingeix el conjunt de treballadors europeus en comparació, per exemple, als treballadors d'EE.UU. Un dels factors que determina aquesta baixa mobilitat és l'elevat cost de l'habitatge, que constitueix un dels aspectes més crítics manifestat pels entrevistats.

El mercat laboral

Les transformacions que ha experimentat Barcelona i la RMB durant les últimes dècades, des d'una economia basada en les manufactures cap a una economia amb major pes dels serveis, també es manifesten en el mercat laboral. D'acord amb les dades de l'enquesta, en general s'aprecia entre els entrevistats, un nivell de formació superior als requeriments del lloc de treball ocupat. Tampoc existeix una correspondència molt precisa entre el tipus de formació específica i el lloc de treball realitzat. En conseqüència, podem dir que a Barcelona existeix una oferta de treball àmplia, amb alt nivell de qualificació en relació als requisits de la demanda i amb notable flexibilitat en quant a les capacitats a desenvolupar, si bé es denota certa falta de la formació específica que atorga l'especialització en les tasques pròpies de cada lloc de treball, un aspecte aquest, difícil de compatibilitzar amb la flexibilitat.

Tot i que el tipus de relació laboral majoritari és el de contracte fix, les especificitats de molts tipus de feines als sectors creatius i intensius en coneixement tendeixen a fomentar formes de contractació laboral més flexibles. Així s'ha pogut observar un important creixement dels següents tipus de relacions laborals, a més a més del contracte fix:

- *Freelance*/autònom/petit empresari
- Contracte per projecte/obra
- Contracte a termini (de menys o més de 12 mesos)
- Sense contracte escrit

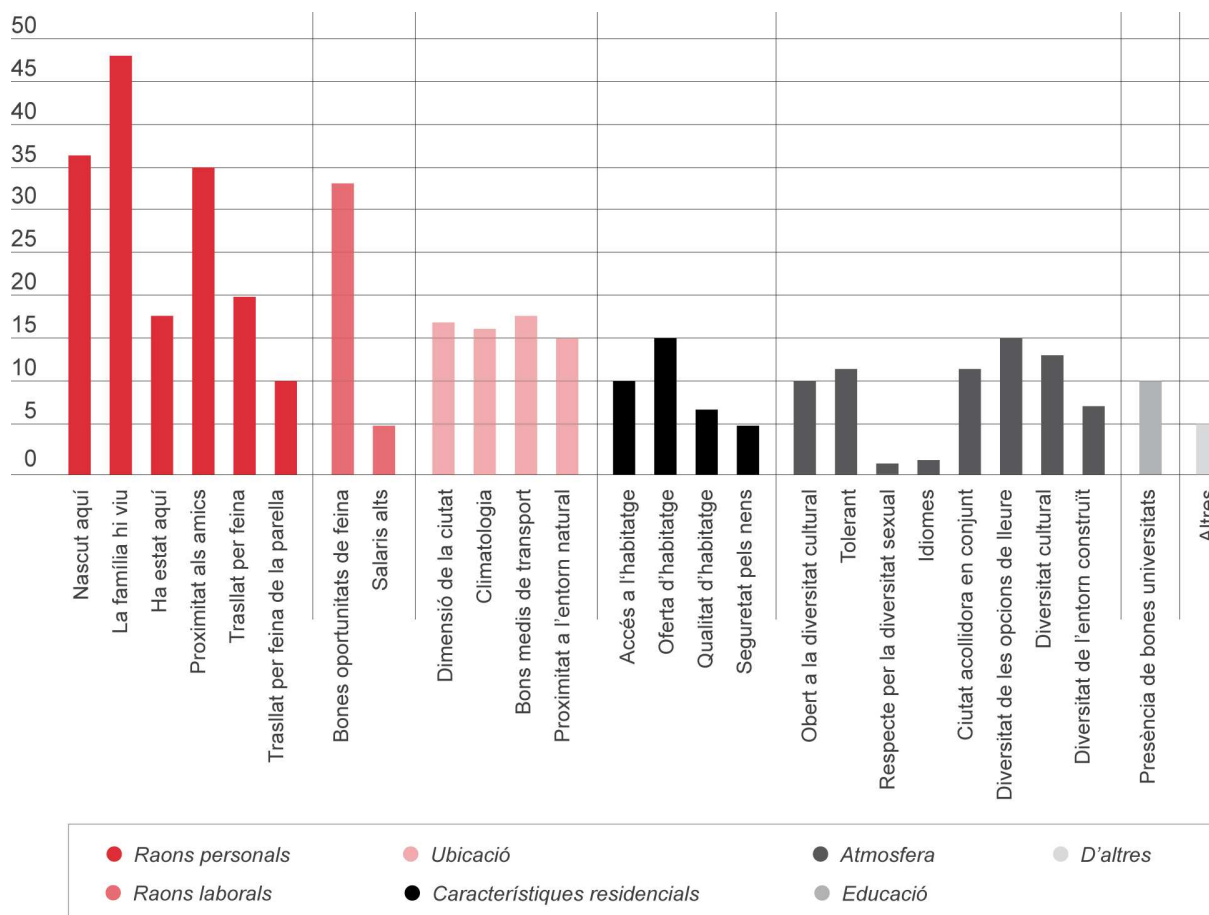
En general, el mercat laboral de Barcelona i de la RMB presenta d'acord a l'enquesta, unes característiques d'amplitud, diversificació i qualificació de l'oferta de treball, amb un estoc de capital humà de gran atractiu per a l'activitat econòmica en general i, en particular, per a activitats econòmiques d'alt valor afegit, com són les activitats creatives i intensives en coneixement aquí analitzades. Aquestes característiques constitueixen en si mateixes un factor d'atracció de treballadors, professionals i empreses a Barcelona.

Raons per les quals viure a Barcelona i a la RMB

Barcelona i la regió són conegudes a Europa i el món com un dels llocs agradables per a viure. El seu clima, la seva oferta cultural, la seva proximitat a la naturalesa, el seu vessant obert al mar i les possibilitats de practicar diverses activitats relacionades amb l'esport i la naturalesa, fan de Barcelona una ciutat de gran atractiu. Que Barcelona sigui una ciutat en la qual es desitjaria treballar és cada vegada una percepció més comuna entre molts professionals residents en altres països. Aquesta percepció també està present entre molts treballadors de la pròpia ciutat i regió metropolitana. El fet que un elevat percentatge d'aquests treballadors, entorn del 71%, hagi viscut tota la seva vida a la seva ciutat no impedeix que tinguin elements de comparació per a adquirir una perspectiva suficient i emetre la seva opinió sobre els nivells de satisfacció amb la seva ciutat.

Quan es pregunta sobre les raons per les quals viuen a Barcelona i a altres ciutats de la RMB, pesen especialment aquelles vinculades a la seva trajectòria personal i les seves relacions personals o familiars. Les relacions personals i familiars són assenyalades en alguns casos per més del 45 % de la mostra; els segueix en importància, les raons relacionades amb el treball, amb percentatges inferiors, excepte en el cas de les bones oportunitats d'ocupació que s'espera aconseguir en la ciutat, considerades en més d'un 30% dels casos. La localització geogràfica, el clima i les dimensions de la ciutat constitueixen el conjunt de factors en un tercer nivell d'importància en la motivació per a viure a Barcelona. Factors com les característiques de la ciutat (accés a l'habitatge, qualitat de l'habitatge i serveis per als infants), així com aquelles que recullen l'opinió sobre l'atmosfera "social", no han estat considerats de gran rellevància per a viure a Barcelona segons els treballadors d'activitats creatives i de coneixement.

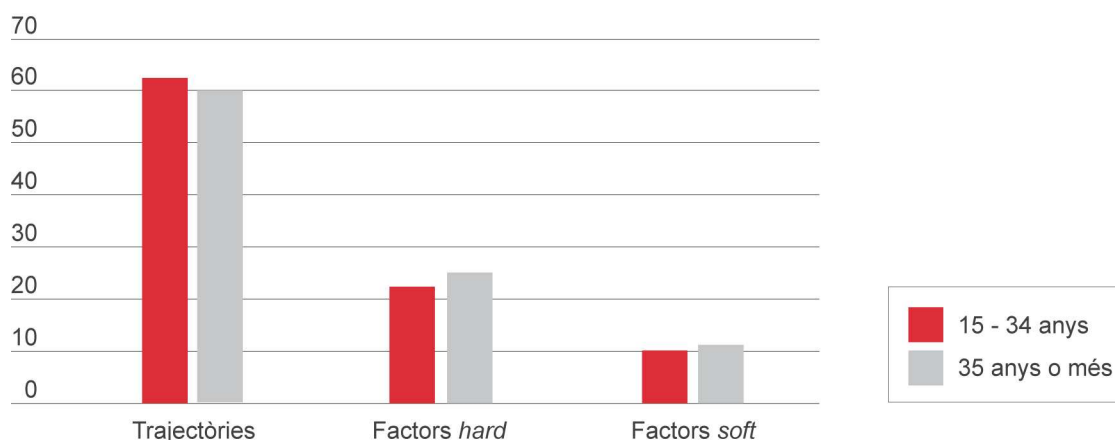
Gràfic 8. Raons per viure Barcelona i la regió



Font: Enquesta ACRE

En un intent de simplificar, es proposa la classificació dels diferents motius que mouen als treballadors creatius i del coneixement a residir en una determinada ciutat d'acord a una tipologia més simple: trajectòries personals, dotacions de factors *hard* a la ciutat o existència de factors *soft*¹⁹. En aquest sentit, s'identifica clarament una sobrevaloració dels motius personals en el moment d'optar per una determinada ciutat per a viure i treballar, independentment de l'edat i dels sectors (creatiu o coneixement) dels treballadors.

¹⁹ Per factors *soft* s'entenen aquells aspectes que reflecteixen un ambient residencial atractiu, tolerant, la presència d'estils de vida alternatius i diversos, l'escena cultural, l'existència d'espais específics per serveis per a l'oci i pels negocis, etc.

Gràfic 9. Raons per a viure i treballar a la Regió Metropolitana de Barcelona

Font: Enquesta ACRE

Atractius de la ciutat

Entre els atractius que ofereix Barcelona els entrevistats mostren un alt nivell de satisfacció en activitats com sortir a menjar fora, passejar per la ciutat i visitar amics, activitats que realitzen amb una freqüència d'almenys una vegada per setmana més del 50 % dels enquestats. Es tracta d'activitats per a les quals la ciutat està especialment ben adaptada gràcies al seu clima, la seva estructura urbana i a la seva oferta de restaurants i gastronòmica.

El grau de satisfacció amb les activitats de lleure és elevat en tots els aspectes considerats, però destaquen la qualitat de les àrees comercials, considerades satisfactòria o molt satisfactòriament pel 78 % dels enquestats, i la qualitat arquitectònica de la ciutat, que gairebé el 72 % dels enquestats ha considerat satisfactòria o molt satisfactòria.

En canvi, tot i obtenint bons resultats, el grau de satisfacció és menor en aquelles activitats que comporten una actitud més participativa, com les activitats esportives o les activitats associatives i socials. Aquests resultats, per altra banda, mostren l'alt nivell i d'exigència dels habitants de Barcelona i la seva regió metropolitana. Els entrevistats també es mostren més crítics amb els serveis, particularment amb el transport públic, sobretot amb el que connecta Barcelona amb la resta de la Regió Metropolitana, i amb la insuficient dotació de carrils - bici.

Taula 2. Nivell de satisfacció en activitats de lleure a la RMB

	Molt satisfet	Satisfet	Ni satisfet ni insatisfet	Insatisfet	Molt insatisfet	NS/NC
Qualitat dels espais públics? (Places, parcs, etc.)	9,8	58,8	13,2	10,2	1,5	0,5
Qualitat d'instal·lacions esportives	4,9	47,5	21,6	14,2	1,0	10,8
Qualitat i oferta d'esdeveniments i festivals	12,3	52,9	18,1	11,8	1,5	3,4
Qualitat i oferta de galeries i museus	9,8	56,4	15,2	13,2	1,0	4,4

Qualitat i oferta de restaurants	18,1	58,3	12,7	7,8	1,5	1,5
Qualitat dels bars	3,9	34,8	37,3	10,3	1,0	12,7
Qualitat dels cinemes	9,8	55,9	15,7	10,8	4,4	3,4
Qualitats de les àrees de comerç	12,3	65,7	13,7	5,9	1,5	1,0
Arquitectura de la ciutat/monuments rellevants	31,4	48,5	9,8	8,8	1,0	0,5
Nombre d'associacions/organitzacions per activitats socials	6,4	42,6	28,9	5,9	0	16,2
Mitjana	11,87	52,14	18,62	10,49	1,44	5,39

Font: Enquesta ACRE

Quan es pregunta sobre quins aspectes els preocupa de la ciutat-regió, aspectes com seguretat, dotació d'activitats d'oci, dotació d'habitatges, tràfic, pol·lució, problemes de drogues, de mendicitat, etc.. cal destacar que un major percentatge dels enquestats es mostra molt preocupat o preocupat per la dotació d'habitatges (93,1 %), la dotació d'activitats d'oci per a adults (72,6 %), el tràfic (75,4 %), o la pol·lució (78,4 %). En menor mesura preocupen aspectes com determinats comportaments antisocials o la mendicitat.

Barcelona tolerant

Un altre aspecte analitzat és el de la tolerància, entesa com l'acceptació natural de la diferència i la interacció en un context social cosmopolita. Això comporta la normal convivència de persones de diferents cultures, religions, nacionalitats, orientacions sexuals i nivells de renda.

Taula 3 . Tolerància a Barcelona i la RMB

En quina mesura està d'acord amb les següents afirmacions?	1	2	3	4	5	6
Aquesta ciutat és acollidora amb les persones que provenen d'altres països	16.7	51.0	22.5	8.8	1.0	
Aquesta ciutat és acollidora amb les minories visibles.	7.4	40.7	26.0	20.6	1.0	4.4
Aquesta ciutat és acollidora amb les dones homosexuals	8.8	58.8	22.1	2.5	0.5	7.4
Aquesta ciutat és acollidora amb les homes homosexuals	11.3	58.8	22.1	1.5	0.5	5.9
En aquesta ciutat hi ha tensions entre grups de diferent nivell de renda	5.9	17.2	37.3	29.9	4.4	5.4
<i>Llegenda: 1. Molt d'acord 2.D'acord, 3. Indiferent, 4. En desacord, 5.Molt en desacord, 6. NS/NC</i>						

Font: Enquesta ACRE

D'acord amb l'opinió dels entrevistats, Barcelona és una ciutat clarament tolerant, amb les persones de diferent nacionalitat, ètnia o opció sexual. El resultat és particularment concloent en el cas de les persones de diferents nacionalitats i opcions sexuals i menys concloent en el cas de les minories visibles; en aquest cas destaca fins i tot l'elevat percentatge de respostes que estan en desacord amb considerar Barcelona com "acollidora amb les minories visibles", el 20,6 %, el que és un índex de la resistència que existeix cap a determinats fets migratoris malgrat la política realitzada des dels àmbits polítics i dels mitjans de comunicació. D'altra banda, el fet que més del 65% dels seus habitants no aprecien l'existència de tensions socials derivades de l'existència de diferències entre els diferents grups socials, constitueix una dada rellevant del caràcter generalment tolerant de Barcelona i

la RMB, sobretot si es té en compte l'elevat percentatge d'immigració acollida a la regió en una seqüència temporal relativament curta.

Entre els entrevistats d'altra nacionalitat, més del 80 % de les persones procedents d'Amèrica Llatina estan d'acord o molt d'acord amb l'afirmació que Barcelona és una ciutat i regió acollidora, mentre que entre els procedents de la resta de la UE el percentatge se situa entorn del 55 %.

Satisfacció amb la feina i l'entorn laboral

Un dels principals motius de viure a Barcelona és el laboral; la percepció de satisfacció amb el treball i amb l'entorn laboral és determinant i constitueix un factor que pot complementar el nivell de satisfacció de la població amb la ciutat²⁰. En les qüestions relacionades amb l'entorn laboral, més del 83 % es declara satisfet o molt satisfet amb el seu treball, sent el grau de satisfacció major entre dones que entre homes. El nivell de satisfacció en el treball està directament relacionat amb les possibilitats de desenvolupar la pròpia iniciativa, la formació rebuda en el propi treball, l'estímul intel·lectual, així com les perspectives de promoció professional i de relacions personals que l'activitat genera, les possibilitats de comptabilitzar l'activitat laboral amb la familiar, el nivell de renda i la quantitat de vacances disponibles. Destaca la importància dels factors no materials, factors *soft*, en la determinació de la satisfacció amb el treball en la ciutat, fins al punt que destaquen aquests factors per sobre dels aspectes materials. Quan als entrevistats se'ls pregunta sobre la possibilitat d'abandonar el seu lloc de treball, la resposta denota una clara voluntat de permanència: més del 68% mostra la seva disposició a romandre en l'ocupació durant més de 5 anys, i el 54,6% espera romandre més de 10 anys.

L'entorn del barri

En relació a la satisfacció amb l'entorn immediat, el barri o l'entorn residencial, destaca la satisfacció amb aspectes com l'atmosfera o l'ambient del barri, els relacionats amb les característiques del seu habitatge, i la proximitat al transport públic. En general, el grau de satisfacció dels enquestats amb el seu entorn pròxim és elevat, de manera que més del 85% considera aquest entorn satisfactori o molt satisfactori. Els aspectes relacionats amb la disponibilitat de comerços, la seguretat i la proximitat al transport públic són els principals punts forts d'aquesta satisfacció, mentre que el nivell de pol·lució i les molèsties derivades del tràfic es consideren els principals punts crítics de l'entorn veïnal.

Mobilitat residencial

En general s'observa una baixa mobilitat geogràfica i residencial entre els enquestats, cosa que respon perfectament al patró observat en el context espanyol en les últimes dècades, després dels grans moviments migratoris experimentats durant els anys 1950 a 1975. En efecte, el 84,3 % dels enquestats porta més de 10 anys vivint en el mateix municipi, el 13,2 % ha viscut en el seu municipi actual tota la seva vida; mentre que solament el 7,8 % declara haver arribat a la RMB durant els últims 2 anys. No obstant això, hi ha hagut una notable mobilitat interna, és a dir, entre els municipis que conformen la RMB. Els factors *soft*, particularment els relacionats amb les relacions familiars i personals i l'atmosfera social de l'entorn immediat, són determinants de la mobilitat interna dels treballadors en els sectors creatius i del coneixement. Entre els factors *hard* cal destacar el treball i els estudis com principals factors que han atret o han retingut a les persones entrevistades a Barcelona i la seva regió. Factors *soft* com el clima, l'entorn natural, l'obertura i la tolerància són els factors més valorats per aquells que han vingut d'altres ciutats, que per els enquestats que han viscut tota la seva vida a la RMB.

Satisfacció amb la ciutat

Les diferents raons i aspectes sobre els quals han estat preguntats els treballadors dels sectors creatius i de coneixement a Barcelona i la regió metropolitana, ens han permès obtenir la informació suficient per a determinar el grau de satisfacció amb la seva ciutat de residència. Els enquestats han contestat a preguntes sobre el seu grau de satisfacció, atorgant el valor 1 al nivell de màxima satisfacció i el valor 9 al nivell de menor satisfacció. Encara que la majoria dels enquestats resideixen a Barcelona, també hi ha un nombre d'ells que viuen a altres ciutats de la RMB.

²⁰ L'enquesta es va realitzar l'any 2007 abans de la crisi econòmica fos plenament patent i s'iniciés la pèrdua de llocs de treball a Barcelona i Catalunya.

Taula 4. Nivell de satisfacció de viure a la RMB (%)

Nivell de satisfacció de viure a la RMB	Viu a la ciutat de Barcelona	Viu a la primera Corona	Viu a la segona Corona
Molt satisfet/a	23,1	22,9	22,9
Satisfet/a	68,5	62,9	65,7
Poc satisfet/a	8,3	11,4	11,4
Molt insatisfet/a	0,0	2,9	0,0

Font: Enquesta ACRE

Tot i sent el percentatge dels satisfets o molt satisfets en general elevat, superant àmpliament el 80 %, el grau de satisfacció de viure a Barcelona és lleugerament més elevat que el derivat de viure en la resta de la RMB. No obstant això, la mobilitat que s'ha produït durant les dues últimes dècades dintre de la regió metropolitana exigiria una major aproximació sobre aquest aspecte.

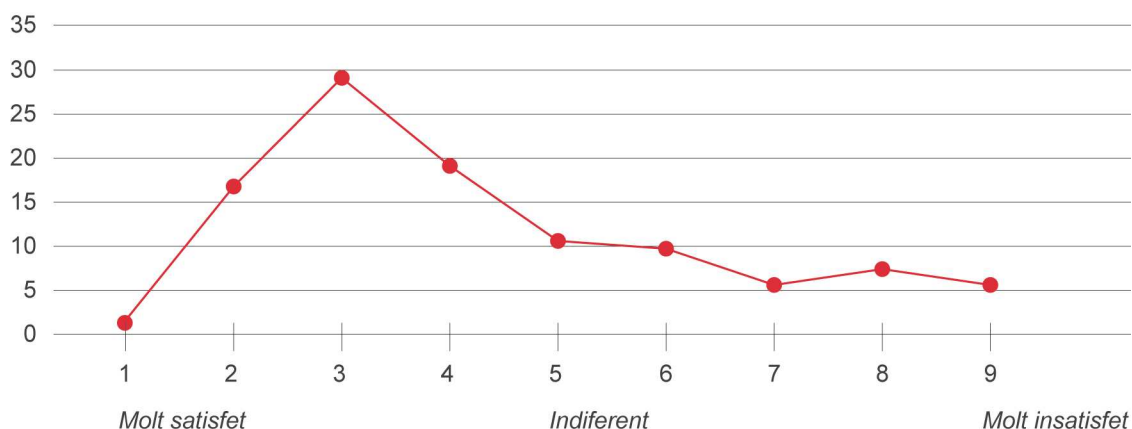
Taula 5. Satisfacció amb la ciutat segons àrea de residència (en %)

	Centre de la ciutat de Barcelona	Resta de barris centrals a la ciutat de Barcelona	Resta de la ciutat incloent els barris perifèrics	Poble o ciutat petita a la RMB	Ciutat mitjana o gran a la RMB
Molt satisfet/a	22,4	20,9	28,6	33,3	16,0
Satisfet/a	70,7	71,6	62,9	61,1	60,0
Poc satisfet/a	6,9	7,5	5,7	5,6	24,0
Molt insatisfet/a	0,0	2,9	0,0	0,0	0,5

Font: Enquesta ACRE

Les persones que viuen al centre de la ciutat i les que viuen en petites ciutats o pobles, mostren el grau de satisfacció més elevat, mentre que els que viuen en les ciutats mitjanes i grans de la resta de la RMB -que van experimentar un creixement més ràpid durant els anys 1960 i 1970- mostren un grau menor d satisfacció.

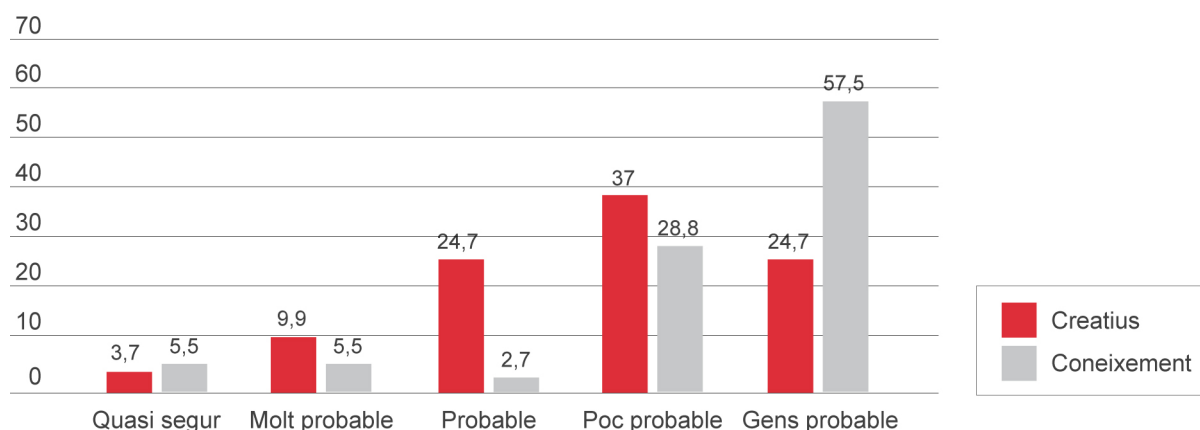
Els desplaçaments de residència que s'han produït durant les dues últimes dècades i les condicions de les pròpies zones residencials, expliquen una part important d'aquests resultats sobre graus de satisfacció. En efecte, des de finals dels anys 1980 es va produir un important flux de persones que van deixar la seva residència a Barcelona per a buscar un entorn residencial de millor qualitat en petites ciutats o pobles de la resta de la regió. El gràfic 14 mostra el grau de satisfacció dels treballadors enquestats derivat de viure al seu municipi.

Gràfic 10. Grau de satisfacció amb el municipi de residència


Font: Enquesta ACRE

Si es segrega la informació per sectors professionals entrevistats, s'aprecia que els treballadors del sector de finances són els que es mostren més satisfets, mentre que els treballadors del sector "Vídeo, films i ràdio i TV" mostren el major grau d'insatisfacció. Per edats, són els col·lectius de treballadors més joves qui es mostren més crítics amb la ciutat on resideixen. En canvi, si es desglossen les opinions per gènere no hi ha grans diferències, encara que es pot apreciar que les dones són lleugerament més exigents amb les condicions de satisfacció de la ciutat.

Finalment, un indicador clau de la capacitat d'atracció de la ciutat és esbrinar quins plans de futur tenen els treballadors respecte a la seva marxa o no de la ciutat-regió de Barcelona. En aquest sentit, és sorprenent la manca de voluntat de marxar en un futur immediat, tant en el cas de treballadors creatius com de sectors de coneixement (veure gràfic 11).

Gràfic 11. Probabilitat de deixar la ciutat


Font: Enquesta ACRE

Figura 6. Quadre resum. Treballadors i llicenciats

Quadre resum Treballadors als sectors creatius i del coneixement a la RMB						
Barcelona és un lloc atractiu per a viure i els treballadors estan força satisfets amb la ciutat.	Un actiu positiu és la imatge de Barcelona com una ciutat tolerant i acollidora.	L'oferta d'activitats de lleure i el paisatge és un element clau per als treballadors.	Els aspectes medi-ambientals denoten menor satisfacció així com alguns dels serveis públics.	Els factors <i>hard</i> (infraestructures, etc.) juguen un paper determinant en la satisfacció, un cop resolts, els factors <i>soft</i> són els importants.	La satisfacció amb la feina és alta en general, especialment determinada per l'atmosfera de treball, la possibilitat d'utilitzar la iniciativa pròpia i la flexibilitat. Preocupa l'existència d'oportunitats de millora i formació.	En general, els treballadors a Barcelona presenten un nivell alt d'arrelament al territori.

3.2 LES EMPRESES DELS SECTORS CREATIUS I DE CONEIXEMENT INTENSIU: LA PERSPECTIVA DE GERENTS I DIRECTIUS

L'objectiu principal d'aquesta secció és identificar les raons per les quals les empreses creatives i de coneixement intensiu s'ubiquen a Barcelona, i en particular el pes dels factors de localització *soft* i *hard* en el seu assentament a la ciutat. Per a dur a terme l'anàlisi, el projecte ACRE ha escollit certs sectors: en l'àmbit creatiu s'ha seleccionat: cinema, vídeo, ràdio i televisió (*Media*), Disseny web i videojocs (*Software*). En l'àmbit de coneixement intensiu s'ha escollit el sector de Serveis a les empreses.

Peculiaritats dels sectors

Amb la voluntat d'endinsar-nos en les raons que mouen a directius i gerents a instal·lar-se a Barcelona, es proveeix d'algunes de les característiques fonamentals d'aquests sectors que, en molts casos, representen pautes de funcionament comunes a d'altres sectors creatius i del coneixement.

Disseny web i videojocs <i>Aspectes clau</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Es tracta d'un sector nou però amb un ràpid desenvolupament • Les empreses es centren en productes i activitats en els que la creativitat és essencial • Activitats amb llarga tradició a Barcelona, com el tèxtil, el disseny o l'edició, expliquen l'èxit d'aquest sector • L'organització interna i externa del sector es basa en relacions de col·laboració més que en relacions de competència • Les xarxes informals de professionals són determinants en el seu funcionament

Cinema, vídeo, ràdio i televisió (Media)*Aspectes clau*

- Les xarxes formals i informals són importants per aquestes activitats.
- El sector públic actua com a principal client i té un paper transcendental en el finançament de projectes
- El mercat laboral mostra una situació precària, especialment per als professionals més joves.
- La manca d'una iniciativa privada forta que promogui grans inversions en el sector es compensa amb noves iniciatives a petita escala
- No existeixen patrons comuns en les trajectòries laborals de tècnics i aquelles professions relacionades directament amb la creativitat
- Madrid es consolida com a la ciutat on es concentra el capital

Serveis jurídics i serveis intensius en coneixement a empreses*Aspectes clau*

- Informació i processament de coneixement es la base del subsector, la creativitat no es percep com a un factor transcendental en les seves activitats
- El sector depèn en bona part de la tendència global de l'economia i de la demanda que rep d'altres empreses dedicades al coneixement.
- Relacions de competència i desconfiança més que de col·laboració
- Una estratègia generalitzada per vèncer els períodes crítics en termes econòmics, ha estat la diversificació de la seva producció
- Barcelona com a ciutat concentra la major part dels serveis que aquest sector necessita i els serveis que pot simultàniament oferir. La ubicació a la ciutat hi compta per a les empreses del sector.
- Es reclamen esforços des del sector públic per l'atracció d'empreses de coneixement a la RMB

Assentament d'empreses a Barcelona: trajectòria històrica, factors de localització i polítiques públiques

S'han considerat tres aspectes fonamentals per a la ubicació d'empreses creatives i de coneixement a la regió: en primer lloc, la influència de la trajectòria històrica (*path dependency*) de les activitats seleccionades a la ciutat. En segon lloc, els factors de localització *hard* i *soft*, la influència que tan uns i com altres tenen en la presa de decisió d'assentar un negoci a la regió. Finalment el paper de les polítiques i de l'administració pública en la promoció d'un determinat desenvolupament econòmic a la ciutat. En aquest sentit, les col·laboracions entre els actors econòmics, socials i polítics són rellevants per tal d'entendre el context actual.

La trajectòria històrica (*path dependency*)

La trajectòria històrica té un paper clau en l'èxit de determinades activitats a Barcelona. La RMB té una forta tradició de petita i mitjana empresa: aquest tipus d'empresa ha mostrat la capacitat per adaptar-se a nous reptes i tendències. Les activitats econòmiques aquí considerades part de les indústries creatives, compten amb una llarga tradició a la ciutat. Exemples rellevants en són: publicitat, la indústria editorial, l'arquitectura i el disseny.

A Barcelona la creativitat i la innovació unides pel disseny han tingut un fort impacte en tot el sistema productiu. La importància de la cultura i la creativitat en el marc industrial de Barcelona es contempla com un punt fort en localització de empreses de sectors en els quals la creativitat hi té un paper destacat. El disseny és una part rellevant dels productes finals i els serveis de *software*. La major part dels informants d'aquest sector ofereixen serveis i productes en el que el disseny és l'element que els dóna valor afegit. Això els permet interaccionar amb altres sectors, com la publicitat o l'indústria editorial, de forta càrrega creativa.

La trajectòria històrica també proporciona avantatges en el subsector *Media*. El paper de les activitats culturals a la ciutat, tant les promogudes directament pel sector públic com les pròpies de les indústries culturals, generen un marc favorable a les activitats de cinema, vídeo, ràdio i televisió.

La manca de capital-risc a la regió provoca certa fragilitat del sector a Barcelona donades les fortes inversions que requereixen les produccions cinematogràfiques. L'origen d'aquesta manca de capital risc es deguda, en part, a la falta de demanda general dels productes *Media* en els mercats locals i autonòmics. En aquest sentit, a Espanya els productors privats mostren la tendència de concentrar la seva activitat a Madrid, fet que constitueix un punt feble en la localització d'empreses *Media* a la RMB.

Els gerents de les empreses de consultoria i altres servei a les empreses, activitats dins el sector coneixement, opinen que el seu sector pateix de certa inestabilitat per la manca de tradició i la escassa presència de d'activitat financeres a la ciutat. Barcelona no ha estat mai una seu central financerera i les empreses vinculades a aquesta activitat no són rellevants. No obstant, Barcelona és una ciutat portuària per tant el desenvolupament històric de la ciutat ha suposat la consolidació d'empreses de serveis de logística i de distribució de mercaderies.

A més amb la terciarització, el sector serveis han augmentat el seu pes a la ciutat i han diversificat les seves activitats. Els gerents entrevistats pertanyen a empreses de coneixement que proporcionen serveis d'un alt valor afegit tot oferint aquests serveis a mitjanes i grans empreses amb organitzacions burocràticament complexes. L'estructura econòmica de la ciutat -amb predomini de les petites i mitjanes empreses- dificulta la captació de clients i obstaculitza les possibilitats de consolidació. Una vegada més, la rivalitat amb Madrid per atraure aquestes tipus de companyies es considera una dificultat afegida. Així doncs, els directius d'aquest sector demanen polítiques que busquin l'atracció d'empreses transnacionals per tal de suplir la falta històrica de grans companyies.

En síntesi, la trajectòria històrica de la ciutat condiciona la situació actual dels sectors i determina les seves fortaleces i debilitats. Les empreses que s'adeqüen al context econòmic i institucional de la ciutat – en el que, per exemple, les activitats de disseny tenen un pes especial– són atretes en major proporció que altres empreses creatives i de coneixement intensiu. És més, la falta històrica de capital - risc a Barcelona frena la consolidació de grans empreses en els sectors que, com en el cinematogràfic, necessiten de grans inversions.

Factors de localització *soft* i *hard*

Majoritàriament s'aprecia una valoració positiva dels factors *soft* a la ciutat. La qualitat de vida, el clima, la tolerància, la diversitat i l'escena cultural, representen factors importants en l'atracció d'empreses a Barcelona. No es tracta només d'atraure activitat empresarial, els factors *soft* com la qualitat de vida o el clima, es perceben també com a fonamentals en l'atracció de talent i en la creació de xarxes socials i laborals informals a la ciutat.

Les xarxes informals són rellevants per diferents raons als sectors creatius avaluats. En les empreses pertanyents a Disseny web i videojocs és habitual l'intercanvi d'informació entre els creatius de l'àmbit del disseny i els professionals de la programació per tal de millorar la seva productivitat, per compartir idees, projectes i resultats. A les empreses pertanyents al sector *Media*, les xarxes són necessàries per a crear equips de professionals i sostenir un projecte sense necessitat de grans inversions. Tal i com ja s'ha fet esment, els dos sectors compten una característica comú: un model de col·laboració en comptes d'un model competitiu. Aquest model mostra una estructura en xarxa, un mercat laboral horitzontal i un nombre significatiu de professionals autònoms i de petites empreses que treballen col·laborant.

Els Serveis jurídics i serveis a empreses presenten diferències respecte als sectors creatius: en aquest sector no són freqüents els models de cooperació i la presència de xarxes en les seves interrelacions no és rellevant. Els informants opinen que hi ha una manca de confiança entre empreses del sector degut a la prevalença d'una organització vertical jeràrquica, poc cooperativa, en el funcionament de les empreses. D'altra banda la petita

empresa sí que genera relacions amb altres empreses però de manera diferent que en els sectors creatius. En aquest cas, les petites empreses poden complementar-se i compartir serveis, però no hi ha un intercanvi d'informació substancial. El valor que la informació suposa per aquest tipus d'empreses –per exemple, bases de dades de clients o sistemes d'organització empresarial – és clau per entendre les reticències a les col·laboracions.

Tot i que els factors *soft* són fonamentals per entendre la localització d'empreses creatives i de coneixement intensiu a la RMB, els factors *hard* – com les infraestructures o les característiques del mercat laboral – són també significatius.

L'avaluació que en fan els informants dependrà de les necessitats i característiques de cada sector. Disseny web i videojocs requereix d'infraestructures tecnològiques, com ara una bona connectivitat a Internet a preus que no siguin abusius. Una de les principals raons per les quals aquest sector es concentra a la ciutat central, és precisament l'existència d'unes infraestructures en telecomunicacions millors que en la resta de la regió.

Tot i que és d'un sector amb una base tecnològica que els permet treballar a distància, la majoria dels informants creu essencial la proximitat amb el client. Com que aquestes empreses treballen principalment en el mercat local, les comunicacions de transport a nivell internacional es qualifiquen de suficients, en canvi hi ha un desig de millora en les connexions i el transport públic dins la RMB. Millores en aquest sentit determinarien la localització d'empreses del sector a altres àrees de la regió.

Els factors *hard* són especialment rellevants per a les activitats *Media* ja que el sector té unes necessitats específiques en quant a disponibilitat de sòl i grans espais, infraestructures de transport i subvencions públiques. No obstant, gran part dels projectes que es realitzen a la RMB es tracta de petites produccions, fet que redueix el pes d'aquestes necessitats. La majoria de grans projectes, sobre tot els cinematogràfics, es realitzen a Madrid on existeix una indústria consolidada.

Finalment, des del sector Serveis jurídics i serveis a empreses, es considera que els factors *hard*, sobretot els relacionats amb infraestructures, són determinants en l'atracció d'empreses de coneixement intensiu a la regió. En aquest sentit els entrevistats no es mostren satisfets amb infraestructures com l'aeroport²¹ i es senten en desavantatge en relació a la competència amb Madrid en l'atracció d'empreses de coneixement intensiu.

Els entrevistats valoren Barcelona com un territori amb capacitat per atreure professionals qualificats. El notable sistema universitari i institucions formatives de prestigi en els sectors creatiu, contribueixen en gran mesura a l'atracció de talent. No obstant els professionals consultats consideren que els salaris que es poden oferir a la RMB són baixos en comparació amb altres països i això frena l'arribada de professionals qualificats. Tot i així, és important anotar, sobre tot en el cas dels sectors creatius, i especialment al subsector *software*, que hi ha casos de professionals que arriben a la ciutat-regió atrets per la qualitat de vida però continuen treballant amb els seus clients estrangers.

La imatge de Barcelona és essencial per entendre la localització d'empreses a la regió. Aquesta imatge no només atrau turisme o talent, proporciona a més, un valor afegit als productes i serveis que es generen a la ciutat. Això és especialment destacable en el sector de Disseny web, i en menor mesura en les activitats *Media*. D'altra banda és cert que aquesta imatge de Barcelona es vincula també amb el sector turisme i tot i que es veu com una activitat de pes a la ciutat-regió, des dels sectors estudiats, es demanen esforços per la transformació del sector cap a un turisme de major qualitat.

Polítiques públiques

El context de governança de la ciutat s'accepta com un factor clau de localització. Alguns entrevistats afirmen que aquests mecanismes locals contribueixen a una imatge positiva de la ciutat. L'acord institucional entre els diferents instruments de govern permet un consens entorn el projecte de ciutat en el que també hi contribueixen institucions com ara organitzacions privades i empresarials, fet que, segons l'opinió dels entrevistats, permet una ràpida adaptació a les noves tendències econòmiques.

²¹ És important assenyalar que les entrevistes es van realitzar abans de la inauguració de la nova terminal.

Pel que fa al desenvolupament econòmic i, concretament en relació a l'estratègia d'atracció d'empreses i de talent adoptada pel govern de Barcelona, els gerents entrevistats mostren opinions contrastades. D'una banda, es considera que Barcelona està perdent terreny com a pol d'atracció de negocis i s'entra, per part dels entrevistats, en una constant comparació amb Madrid. Els empresaris consideren que en els darrers anys la ciutat ha estat sota certa desorientació en quant al model ciutat, i això l'ha col·locada en una posició de desavantatge respecte la capital de l'Estat.

Els gerents en empreses de Disseny web i videojocs, sector actualment consolidat a la ciutat, veuen Madrid com una futura amenaça ja que aquesta ciutat concentra la majoria d'empreses de desenvolupament de *Software* i, per tant, gran part dels clients potencials.

En el cas de *Media*, Madrid es contempla com la seu central d'aquest tipus d'activitats, de llarga tradició i amb el volum i qualitat d'indústria més important de tot l'Estat. Això provoca el desplaçament de talent de la RMB cap a Madrid. Per als directius del sector, Barcelona no és una ciutat especialment destacable en termes de producció, tot i que es podria citar com a excepció el cas de les produccions documentals de no ficció. Opinen que són vitals polítiques públiques que promocionin el sector.

Finalment, en el cas de Serveis a les empreses, es considera que la RMB necessita d'una política clara i contundent en l'atracció de coneixement intensiu per augmentar la seva competitivitat, una política determinat en aquest termes i també, com ja s'ha explicat, una millora en certs factors *hard* de localització.

Tot i aquest posicionament, la majoria de gerents entrevistats creuen que Barcelona compta amb un gran potencial com a regió creativa i de coneixement. Els factors *soft* de Barcelona atrauen talent i negocis. Madrid es contempla com una ciutat amb una bona estratègia i una forta promoció pública però no es considera un rival directe en els mercats globals. En aquest sentit s'opina que la RMB està ben posicionada en quant a internacionalització. Malgrat aquesta percepció, en els sectors estudiats la producció encara està molt enfocada als mercats locals, sense excessives evidències de projecció internacional.

Figura 7. Síntesi dels sectors entrevistats

	Serveis a les empreses	Media	Disseny web i videojocs
Característica principal	- Coneixement tècnic i informació	- Creativitat vinculada a la cultura	- Creativitat vinculada al disseny
Trajectòria històrica (<i>Path dependency</i>)	- El desenvolupament industrial i comercial genera demanda en sectors logístics, recursos humans, etc.	- Trajectòria rellevant en ràdio, publicitat i televisió	- Disseny relacionat a la indústria tèxtil, escoles de disseny, sector editorial, i publicitat - Desenvolupament del <i>software</i> des dels '90
Factors <i>hard</i> i <i>soft</i>	- Rellevància indirecte del factors <i>soft</i> i <i>hard</i>	- Factors <i>soft</i> , importants en la creació de l'atmosfera creativa a la ciutat	- Factors "soft com a element essencial en l'atracció de talent i un possible factor per a la internacionalització del sector
Imatge de Barcelona (marca)	- Pot atraure a empreses multinacionals	- No determinant	- Efecte directe en el sector..paraigües de les activitats de disseny a Barcelona
Polítiques	- Acord amb les polítiques d'atracció d'excel·lència - Manca d'objectius - Manca d'estratègia clara	- Manca de polítiques per la promoció del teixit empresarial - Manca d'un marc legislatiu acord amb la realitat del sector	- Bones escoles i formació - En desacord amb l'atracció d'excel·lència.

Mentre que es detecta una clara demanda d'acció per part del sector públic, es considera, paradoxalment, que les xarxes informals, claus en determinats sectors creatius, han de prescindir de la promoció pública.

Les polítiques culturals, especialment les del govern de Barcelona en la promoció de l'escena cultural de la ciutat són valorades molt positivament. També són rellevants les polítiques culturals del govern autonòmic. Aquest juga un paper clau en la promoció de les indústries culturals i en el finançament del sector. No obstant s'ha de deixar constància d'alguns aspectes crítics manifestats. Existeix un xoc entre la voluntat de preservar la política cultural i lingüística a través del sector i la voluntat d'expansió dels empresaris del sector cap a mercats exteriors. A més també hi ha una demanda perquè es generin noves formes legislatives en els sectors creatius per tal de millorar les condicions del sector cultural.

Valoració de la ciutat

Aquesta secció analitza transversalment avantatges i obstacles de la ciutat-regió de Barcelona per tal de consolidar-se com a una àrea metropolitana creativa i intensiva en coneixement, tot posant l'èmfasi en el territori i no en les característiques dels sectors.

En primer lloc s'explica com els factors *soft* tenen impacte diferent que els *hard* en el planejament estratègic de Barcelona. Seguidament s'abordarà els factors bàsics de l'estratègia de ciutat a través de l'anàlisi del rol de les administracions locals i regionals. El paper de l'administració també s'analitzarà en relació a les necessitats de les empreses i els seus directius. Els avantatges i obstacles associats a la imatge de la ciutat en la construcció de Barcelona vers un model de societat intensiva en coneixement creatiu, s'abordarà en l'últim apartat.

Factors *hard* i *soft* en el desenvolupament de la RMB

Els factors *soft* juguen un paper determinant en el model de desenvolupament de Barcelona. Així ho corroboren cada un dels sectors econòmics en estudi entrevistats. Si analitzem aquest tipus de factors en clau d'avantatges i desavantatges de la ciutat, podem concloure que sovint la dicotomia factors *soft* o *hard* es correspon a la dicotomia forces i debilitats.

Barcelona és una ciutat especialment forta en factors *soft* gràcies al seu bon clima, la tolerància i la presència d'una singular atmosfera creativa. Una atmosfera creativa que és el resultat de l'herència del disseny, de l'arquitectura, del món literari a la ciutat, entre d'altres. Però també un condició guanyada en el present, amb la proliferació de talents creatius i amb la projecció internacional en molts i diversos sectors culturals i/o creatius: cinema, dansa, arquitectura, publicitat, gastronomia, etc. Sens dubte, aquests factors *soft* són determinants en la bona imatge de la ciutat i en l'atracció de talent i excel·lència.

No obstant, un dels principals obstacles o debilitat que ha d'afrontar la ciutat s'identifica directament amb els factors *hard*, com és el cas de les infraestructures. En aquest sentit, la ciutat hauria d'apostar per augmentar els vols intercontinentals de l'aeroport i adequar-lo al creixement i desenvolupament propi de la regió metropolitana. De la mateixa manera els entrevistats consideren que cal reforçar el sistema de connectivitat intra-regional, poc radial i amb una recent crisi a rodalies per la manca de renovació de infraestructures viàries.

No obstant, s'ha de matisar que les connexions exteriors han millorat molt recentment. L'arribada del tren d'alta velocitat i l'entrada en funcionament de la nova pista i terminal de l'aeroport, que quasi duplicarà el nombre de passatgers actuals i sumarà 30 vols més diaris, són dos factors fonamentals per al futur desenvolupament de Barcelona.

Les infraestructures de comunicació necessiten també d'una millora d'acord als entrevistats: l'accessibilitat als TIC, i concretament a Internet, és difícil tant per la deficient qualitat de la connectivitat com pel cost econòmic que suposa amb tarifes de les més elevades d'Europa.

El mercat immobiliari també suposa un fre en els factors de localització. Els alts preus del sector dificulten l'accés a oficines en determinades zones de la ciutat, precisament a aquelles amb millors condicions de localització per a les empreses, al centre de la ciutat, als districtes econòmics o a les zones més riques. La conjuntura actual de

canvi al sector immobiliari a Espanya, representa una oportunitat per a reorientar el sector, convertint-se en facilitador i no obstacle per a la localització empresarial.

Una de les forces importants que presenten els factors *hard* a la RMB són aquells relacionats amb l'educació i formació. Concretament es considera la proliferació a Barcelona i la qualitat de centres de formació vinculats als sectors creatius i també a determinades carreres universitàries. Es reconeix un alt nivell de formació dels professionals que es formen en els centres de la ciutat i la seva RMB. Tanmateix aquesta alta valoració es limita a determinats sectors, sobre tot a aquells més vinculats als sectors creatius. Es tracta d'una educació de qualitat que no cobreix amb el mateix nivell formacions de caràcter més tècnic.

Els factors *soft* suposen un clar avantatge per a Barcelona en el seu desenvolupament cap una regió creativa i del coneixement, juguen a favor de la valoració dels factors de localització de la ciutat i de l'atracció de talent. Segons els entrevistats, el pes determinant dels factors *soft* ha d'equilibrar-se amb una millora dels factors *hard*. D'altra manera es crea un escenari propici per a fomentar un model de desenvolupament amb una tendència massa esbiaixada cap el sector del lleure i turisme.

És cert que la cultura del disseny molt present a la ciutat, la tradició i l'atmosfera creativa és una font important d'atracció de talent i de prestigi internacional; no obstant, el finançament és un factor cabdal per a la retenció d'aquest talent i el manteniment de l'excel·lència.

Els entrevistats manifesten que Barcelona aconsegueix atraure talent però també ha d'aconseguir atraure al sector econòmic i financer. En aquest sentit falta reforçar l'estructura industrial amb la presència de més companyies grans i multinacionals i també fomentar projectes empresarials amb més inversió de capital risc i innovació.

Tot i la necessitat d'implantació de companyies més grans, el teixit tradicional de petita i mitjana empresa a la ciutat ofereix els avantatges d'una economia diversificada. Aquesta característica de la morfologia empresarial revela un teixit important de micro i petita empresa amb força valor afegit així com d'agents independents i professionals liberals de qualitat, pertanyents als sectors creatius i intensius en coneixement. Això contribueix a la generació d'un sistema de sòlides xarxes tant formals com informals. Aquesta estructura en xarxa enforteix les relacions de col·laboració dins de determinats sectors i crea sinergies vitals per a la seva pervivència i desenvolupament.

El paper del govern local i el regional

Des de finals dels anys 90, els governs locals a la RMB posen èmfasi en la noció de creativitat a més del coneixement. Així, s'instaura una nova estratègia de desenvolupament econòmic fonamentada principalment en la cultura i en el coneixement creatiu. En aquest sentit, un dels avantatges amb que compta Barcelona avui és el moment conjuntural de la política estratègica de la ciutat: un govern local i institucions a nivell regional convençudes d'un desenvolupament basat en la societat del coneixement creatiu, unes línies directrius que porten ja anys funcionant i que poden haver assolit certs graus de consolidació. Aquest estímul des de l'administració sovint ha substituït la manca d'impuls d'una part considerable del sector privat cap estratègies d'innovació.

A Barcelona i la seva regió metropolitana, els directors i gestors d'empreses creatives i del coneixement identifiquen una sèrie d'obstacles i avantatges que faciliten o dificulten la permeabilitat i plena implantació d'aquesta estratègia de ciutat.

Emfatitzant les oportunitats que ofereix Barcelona per directius i gestors de sectors creatius i del coneixement, és destacable la conjuntura favorable propiciada per l'estratègia d'actuació municipal i regional. Aquestes avantatges sovint s'identifiquen amb un impuls econòmic. L'administració pública es converteix en un important promotor econòmic d'aquests sectors.

Tot i que es reconeix les polítiques d'impuls en les activitats de coneixement i l'encert de les polítiques culturals de la ciutat, tots els sectors en estudi han exposat dos punts febles des del punt de vista de l'actuació del govern municipal i autonòmic. En primer lloc, l'excessiva burocratització de les gestions per a la creació d'empreses i l'obtenció d'ajudes i subvencions. En segon lloc, una problemàtica més estructural: la manca d'una continuïtat en les polítiques estratègiques dels sectors creatius. Aquest problema s'agreuja en aquells sectors que són especialment febles degut a la dependència econòmica de les institucions públiques. Es demana la garantia de continuïtat de les polítiques que afecten al sector.

Una altra dificultat que persisteix des de fa dècades a les administracions catalanes és la manca de relacions fluides dins les administracions municipals però, sobre tot, entre els diferents nivells de govern: local, regional i estatal. La falta de comunicació interna i transversal, les relacions sovint de competitivitat, dificulten la realització de projectes o el desplegament de certes línies estratègiques.

El turisme, directament vinculat al sector del lleure i la restauració, ha tingut una importància clau en el desenvolupament econòmic de la ciutat. L'escena que actualment presenta Barcelona és propícia per al foment del sector: el turisme representa un sector econòmic amb una elevada aportació al PIB de la ciutat i un dels reptes és, segons els entrevistats, la seva reestructuració des del govern local per adreçar-lo cap al nou model estratègic fonamentat en el coneixement.

L'empresa als sectors de coneixement i creatiu a la RMB

La morfologia del teixit tradicional català de petita i mitjana empresa constitueix ja en si mateix una avantatge per a les empreses dels sectors estudiats. Aquest fet facilita l'establiment de dos factors positius per al desenvolupament d'indústries culturals i les intensives en coneixement. En primer lloc l'existència d'una economia diversificada i en segon, les possibilitats d'externalitzar part del seu treball. Així es creen les condicions necessàries i una escena propícia per a la formació de xarxes. La pertinença de les empreses a les xarxes no només n'assegura la seva pervivència sinó que suposa un constant intercanvi de coneixement i la creació de sinèrgies que ajuden a la consolidació dels sectors creatius a la ciutat.

L'altra cara de la moneda d'aquest fenomen és l'excessiu localisme de les empreses. Tret d'aquells sectors com *Media* que es veuen obligats a establir col·laboracions i buscar suports econòmics exteriors, la tendència és confinar-se al mercat local amb poques connexions exteriors. La crisi econòmica afavoreix sens dubte el sorgiment de noves estratègies empresarials. Certament, un model que fins ara havia funcionat no es pot analitzar com a única causa del localisme del sector. En l'anàlisi del contingut de les entrevistes trobem altres factors, com per exemple un reconeixement de poc domini de l'anglès.

No ajuda tampoc el conservadorisme de l'empresa catalana. Un recel a la deslocalització, a la inversió de capital risc, i la incertesa del creixement de la pròpia empresa són trets definitoris del teixit empresarial d'un país que ha sustentat històricament el seu desenvolupament en la petita empresa autòctona.

L'empresa també troba dificultats si decideix expandir-se, com per exemple la dificultat d'accés a les infraestructures de comunicació, les TIC, l'accessibilitat a la fibra òptica i banda ampla, etc. Per la seva part, les institucions reclamen a l'empresa més inversió en capital risc i una cultura més decidida en innovació. En aquest últim punt tampoc ajuda la tradicional escassa relació a Espanya entre l'empresa i el món universitari o institucions de recerca. Es reconeix en l'anàlisi del discurs afirmacions sobre la necessitat de millorar amb escreix les col·laboracions i reciprocitats entre el món acadèmic i el laboral si es vol parlar d'una real transformació cap a una societat creativa i del coneixement intensiu.

Alguns factors *soft* també juguen un paper important en el manteniment del model de petita empresa a la RMB. Una nombre significatiu d'empresaris entrevistats han sortit de grans companyies per crear la seva petita empresa. L'absència de pautes, la distribució pròpia de l'horari laboral, les possibilitats de conciliació amb la vida familiar, han estat les principals raons que s'han citat per prendre aquesta decisió.

La imatge de la ciutat

La imatge que projecta la ciutat de Barcelona és un de les principals avantatges de la RMB vinculada als factors *soft*. La imatge està estretament vinculada al que s'ha anomenat la "marca Barcelona" que té a veure amb el model particular de desenvolupament urbà i econòmic i d'imatge de la ciutat. Des d'aleshores, les institucions públiques impulsen aquest factor *soft* d'atracció mundial relacionant-lo amb estratègies de màrqueting i de promoció de la pròpia ciutat tant de cara a l'exterior com entre la pròpia ciutadania. La marca també està molt lligada al sector lleure i al sector cultural, així com a la imatge d'un alt nivell de qualitat de vida i tolerància.

Barcelona i la seva marca venen i conserven poder d'atracció i això suposa una de les principals avantatges respecte altres ciutats europees. El magnetisme de la ciutat és quelcom evident i difícil de qüestionar, el problema recau quan s'analitza el tipus d'agents que atrau. Els informants de tots els sectors estudiats coincideixen en que aquesta marca fins ara fonamentada principalment en factors *soft*, atrau més turisme que talent o excel·lència.

Tanmateix, la importància del sector turisme a la ciutat no ha de tenir necessàriament una connotació negativa, és una important font d'ingressos per a la RMB i dona projecció exterior a la ciutat amb totes les oportunitats que això genera. Però, com ja s'ha explicat, cal estudiar el tipus de turisme que atrau i fomentar el turisme de qualitat i el consumidor de producte cultural.

El temor a convertir-se en una ciutat estrictament associada al lleure porta a algunes institucions i a la majoria d'informants a plantejar una revisió de la "marca Barcelona". Les entrevistes mostren com hi ha un acord generalitzat que es tracta d'un patró esgotat i que la imatge projectada correspon a un model anterior per això cal la seva redefinició. El nou model ha d'aportar un major equilibri entre la importància dels factors *soft* i *hard* a la ciutat, saber atraure però retenir també talent i millorar la qualitat del turisme de la ciutat.

Figura 8. Quadre resum: Directius: fortaleces i amenaces a la RMB

Directius: fortaleces i amenaces a la RMB				
Fortaleces	Amenaces		Polítiques adreçades a millorar factors hard	Polítiques adreçades a millorar factors soft
Els factors soft intangibles	El turisme massiu	POLÍTiques →		
El turisme com a element d'atracció a la ciutat	La manca de capital risc		Millora coordinació multinivell administracions	Millora de la cohesió social
L'economia diversificada basada en petita i mitjana empresa	El localisme i l'absència del repte de la internacionalització		Crear noves infraestructures i millorar les existents	Promoció de l'entorn cultural
La qualitat del capital humà i de les institucions educatives	La manca de grans dotacions d'infraestructures de transport i connectivitat			Descentralització de la promoció cultural a la regió
				Reformular la "marca Barcelona"

3.3 IMMIGRANTS QUALIFICATS

Aquest estudi entén com a "immigració transnacional qualificada" aquelles persones immigrades des d'un país estranger, que treballen en llocs de treball qualificats o en professions liberals, dins els sectors creatius o de coneixement intensiu.

A l'hora d'aportar dades sobre immigració qualificada a la RMB els dos criteris prioritaris han estat, el tipus d'ocupació i els nivells de formació. No obstant s'ha de tenir en compte dues condicions en la interpretació de resultats: d'una banda, és especialment freqüent, en el cas de les persones immigrades, situacions en les que el lloc de treball no es correspon al nivell de formació adquirit. A la complicació de trobar aquesta correspondència entre formació i lloc de treball en el professional immigrant, se li afegeix la dificultat de delimitar perfils professionals vinculats a l'àmbit creatiu. Les professions en l'àmbit creatiu solen ser eclèctiques, heterogènies i poc definides segons les categoritzacions professionals més tradicionals i habituals en els indicadors quantitativs i en les estadístiques oficials.

La immigració qualificada no és el tipus d'immigració més significativa a la RMB. Prenent com a referència el tipus d'ocupació, les dades sobre la qualificació dels immigrants depenen, en gran mesura, del lloc d'origen. Aquesta situació no és exclusiva de Barcelona, si no que prenent dades de la resta d'Espanya ens trobem en un context similar. Les persones immigrants altament qualificades residents a Catalunya procedeixen majoritàriament de la UE (15) i d'Amèrica del Nord: el 21,9 % i el 53,3 %, respectivament.

Trajectòria vital i professional i arribada a la ciutat

Existeixen dos factors que determinaran l'itinerari i la valoració dels immigrants qualificats a Barcelona. En primer lloc, l'origen. L'origen de les persones immigrades condiciona la seva trajectòria i la seva subjectivitat envers la ciutat, sobre tot depenent de dos tipus de variables. Les primeres relacionades amb l'origen dels nous ciutadans: les oportunitats que els hi ofereix el lloc d'origen (econòmiques, burocràtiques, laborals, formatives, etc.) que determinarà la seva posició quan s'estableixin a la ciutat d'acollida i, també influirà l'experiència cultural prèvia, les similituds o les divergències culturals amb el destí del seu desplaçament. El segon tipus de variables, estan relacionades amb l'activitat laboral que desenvolupin a Barcelona. El fet de treballar en un sector creatiu o en un sector de coneixement intensiu, com es veurà a continuació, influirà també en el tipus d'interacció que generaran amb la ciutat.

Pel que fa a les causes de migració, es detecten en aquest estudi tres raons principals per les quals els immigrants transnacionals qualificats decideixen sortir del seu país i venir a Barcelona: per al desenvolupament de la seva carrera professional, per raons de trajectòria vital, adquirir l'experiència de viure i treballar a un país estranger i, finalment, per raons personals relacionades amb un desig de millora de la qualitat de vida. Els motius per venir a la ciutat-regió de Barcelona solen ser una combinació de les tres raons exposades, tot i que normalment en pesarà una més que altres. A més, la majoria de persones entrevistades tenen tradició de certa mobilitat en les seves famílies o en la seva pròpia trajectòria vital. Per a un nombre significatiu d'aquests nous ciutadans, Barcelona no és la primera ciutat on han viscut a part de la seva ciutat d'origen.

Els ciutadans transnacionals vinculats als sectors creatius acostumen a arribar a Barcelona sols, fruit d'una decisió individual relacionada amb completar la seva formació o amb el desenvolupament de la seva carrera professional. No tenen especial dificultat en formar part de xarxes socials i laborals àmplies. Aquestes xarxes fins i tot són importants abans del seu assentament a la ciutat, doncs faciliten la seva arribada i els ajuden a resoldre problemes com ara l'accés a un habitatge o d'altres relacionats amb qüestions burocràtiques. La seva participació en les institucions locals és notable, ja sigui com a usuaris o com a proveïdors. Així doncs, cal destacar la interacció social i cultural dels ciutadans transnacionals dels sectors creatius a la ciutat i regió.

D'altra banda, els ciutadans transnacionals vinculats als sectors intensius en coneixement solen establir-se a Barcelona amb la família o parella, vénen amb uns plans més definits i tancats que els immigrants dels sectors creatius. El seu perfil es vincula majoritàriament amb aquells que arriben ja amb un lloc de treball establert. Per a aquests, la qualitat de vida és bàsica i, de fet, millorar-la és un dels principals motius pels quals arriben a Barcelona. Per evitar els inconvenients de la ciutat central –sorolls, pol·lució, tràfic, etc.– trien viure a municipis perifèrics dins la regió. Puix que arriben en família, també és important per a ells, la qualitat dels serveis i de òrgans de formació. La seva xarxa social és més reduïda i està principalment vinculada a l'entorn laboral. Aquestes xarxes no són especialment rellevants per al seu desenvolupament professional, tal i com sí ho són en el cas dels professionals creatius.

Un obstacle important en el moment d'arribada a Barcelona és la dificultat en trobar un habitatge i/o tallers i oficines per desenvolupar la seva feina. Especialment abans de la crisi econòmica, el preu excessiu de l'habitatge i la manca d'un mercat de lloguer a la Regió Metropolitana, i sobre tot a Barcelona, constitueixen un greu problema fins i tot en el cas dels treballadors en companyies intensives en coneixement que reben suport de les seves empreses per al pagament de la seva residència. Caldrà veure com evolucionen les tendències del mercat de l'habitatge per analitzar quin grau de dificultat representarà en els patrons d'assentament d'ara en endavant.

En referència a l'àmbit laboral, la majoria de ciutadans transnacionals coincideixen en assenyalar que Barcelona i la RMB ofereixen certa qualitat d'empreses i professionalitat. No perceben un ambient de forta competència, existeix certa atmosfera de distensió que afavoreix a la qualitat de vida que tal i com s'ha mencionat anteriorment, és un dels principals factors d'atracció de la RMB. Així doncs, en l'àmbit laboral és important assenyalar la posició intermèdia i estratègica de Barcelona entre el Sud i el Nord: un dels punts forts de Barcelona en l'entorn laboral és aquesta balança entre actituds més competitives i formals de països del Nord i actituds més disteses i liberals de països del Sud. La contrapartida d'aquesta posició privilegiada són els salaris baixos i la poca remuneració dels projectes en comparació amb moltes ciutats europees. A més, s'afegeix el fet de que la regió de Barcelona, sobretot la ciutat central, té un cost de vida considerable. No obstant, tot i que molts informants reconeixen que si treballessin en altres ciutats gaudirien d'un sou més alt, afirmen que la qualitat de vida que troben a la RMB és prou important com per renunciar a un nivell d'ingressos superiors.

Existeixen encara altres obstacles en el desenvolupament dels ciutadans transnacionals en la seva trajectòria professional a Barcelona. Obstacles de tipus burocràtic, per exemple, dificulten l'atracció i retenció de talent, especialment en aquells ciutadans que no pertanyen a la UE. La necessitat d'obtenir permisos de residència i treball, complica la carrera professional de creatius i treballadors en els sectors de coneixement. Fins i tot per aquelles persones que han estat contractades ja des d'altres països per empreses amb seu a Barcelona, el procés burocràtic és lent i complex.

Avaluació de la ciutat

El temps d'assentament en el territori sens dubte afecta la interacció dels immigrants amb la ciutat i, per tant, a la seva valoració. S'ha subratllat la especial presència de xarxes socials i laborals a Barcelona. Barcelona és una ciutat on les xarxes assoleixen un rol rellevant i, per tant, juguen un paper fort en la relació d'agents dins la regió. No obstant, existeix sovint certa distància entre les xarxes socials locals i xarxes socials transnacionals, la interacció entre aquests dos tipus de xarxa té les seves traves. Els propis informants atribueixen aquesta dificultat d'accedir a les xarxes locals a que la pròpia condició d'immigrants inclou prioritats i interessos diferents i també ho imputen a cert tancament de la societat catalana²².

Tanmateix el fet de considerar la societat catalana com "freda" no impedeix que la conceptualitzin com tolerant. Aquesta condició positiva es vincula especialment a la presència d'immigració i a la convivència de múltiples cultures. En aquest sentit, s'ha d'assenyalar que la llengua catalana no ha estat considerada, en general, com un obstacle, si no com a una oportunitat per acostar-se i comprendre la cultura local. Però és cert que, en el cas dels sectors professionals que ens ocupen, parlar català no sol ser una condició indispensable per dur a terme les seves activitats laborals quotidianes.

Els informants consideren Barcelona com una ciutat cosmopolita, encara que no en la mesura d'altres ciutats de renom com ara Londres o París ja que, segons aquests, la ciutat conté trets de provincialisme. No obstant això, aquest provincianisme poques vegades es considera pejoratiu perquè es relaciona a l'existència d'una cultura local forta enfront a altres ciutats més globalitzades. En general, tenen una visió positiva de la ciutat, i acostumen a sentir-se'n part. Existeix un consens generalitzat de que Barcelona i la seva regió tenen molts elements atractius i un dels més citats és la seva vida cultural.

Amb tot, s'opina que el volum de turisme al que s'ha arribat posa en risc el propi model de ciutat. Efectivament, un dels factors que més preocupa és la notable presència de turistes, principalment a la ciutat central. Segons aquests, el turisme té uns efectes no desitjats que afecten la qualitat de vida: contribueix a pujar el cost de vida i també a difuminar la identitat de la ciutat. A més, en la relació entre turisme i cultura, s'opina que el turisme influeix sobre el mercat i l'oferta cultural. Altres aspectes avaluats negativament, són els relacionats amb temes mediambientals, principalment els nivells de pol·lució i de contaminació acústica, així com la brutícia a l'espai públic. El cost de vida, sobre tot a la ciutat central, i els alts preus de l'habitatge també suposen factors negatius²³.

Els plans de futur de les persones entrevistades són, en la seva majoria, incerts. En el cas dels immigrants dels sectors creatius hi ha una tendència més clara a optar per un estil de vida mòbil i projecten la idea de viure i treballar a diferents ciutats. Els treballadors en els sectors de coneixement intensiu, opten per models d'assentaments més estables però saben que depenen en gran mesura de les decisions de la seva empresa. Si es tracta de ciutadans de fora la UE, venir a Barcelona amb la seva empresa els suposa una porta d'entrada a Europa i es considera l'opció de viure en algun altre país europeu. Quan als treballadors dels sectors intensius en coneixement se'ls pregunta pel seu futur a la ciutat, dubten i esmenten el desig de millora d'alguns factors de localització *hard*. La internacionalització d'alguns sectors, el domini de l'anglès a les empreses i la manca d'innovació en alguns sectors són reptes que la RMB haurà d'afrontar.

L'atracció de talent: factors d'atracció i retenció a la RMB

Fins ara s'ha descrit el desenvolupament social i laboral de les persones immigrades qualificades a Barcelona i la RMB. Quines són les seves expectatives i els obstacles en la seva trajectòria, la seva valoració de la ciutat i les raons per les quals van decidir emigrar. Però per què van triar precisament Barcelona? Què els hi ofereix la ciutat? En les següents línies s'identificaran els factors per els quals els ciutadans transnacionals que treballen en els sectors creatius i de coneixement intensiu, arriben i desenvolupen la seva carrera a la RMB.

Existeixen diverses raons i factors que fan de Barcelona una metròpoli atractiva per aquests col·lectius. La decisió d'instal·lar-se a Barcelona no ve donada per una única raó si no per la combinació de diferents factors, tan *hard* com *soft*, però amb cert predomini dels factors *soft*, és a dir, predomini de factors relacionats amb aspectes no quantificables. Per exemple, factors destacables són els que es vinculen a la dimensió geogràfica de la ciutat o aquells relacionats amb l'ambient cultural. No obstant, també hi ha factors de localització *hard*, és a dir factors de localització tradicionals, que adquireixen rellevància a la RMB. Un exemple n'és la formació superior i l'existència de determinats centres universitaris.

²² Cal matissar que l'origen és determinant en aquesta valoració. Els ciutadans transnacionals que provenen de països anglosaxons o germànics tenen una percepció més aviat oberta de la societat catalana, en lloc de tancada.

²³ En el moment d'aquest estudi tot just entrava en crisi el sector de la construcció a Espanya, els preus de l'habitatge no havien iniciat la seva davallada, caldria revisar si l'accés a l'habitatge continua suposant un obstacle per aquests col·lectius.

La dimensió geogràfica de la ciutat: Qualitat de vida

Sens dubte la dimensió geogràfica és un dels factors amb més pes per a l'atracció de talent a la RMB. Aquest factor *soft* de localització inclou el clima, la morfologia de la regió i la seva situació geogràfica. La situació geogràfica, com a ciutat i regió mediterrània, amb un entorn immediat de mar i muntanya amb un clima agradable, constitueix una de les seves principals avantatges i, per a molts, la més preuada. A més, Barcelona és vista com una ciutat d'escala humana, aquesta condició és especialment valorada per aquells immigrants que provenen de grans ciutats com el D.F de Mèxic o New York. És interessant la combinació de dos qualitats que no acostumen a aparèixer una al costat de l'altre però que, segons els nostres entrevistats, Barcelona reuneix: la dimensió humana de la ciutat i el seu caràcter cosmopolita.

En general, la dimensió humana de la ciutat central es relaciona a les possibilitats que ofereix per desplaçar-se a peu o amb bicicleta, i per tenir una morfologia compacte amb un bon sistema de transport públic. Tot això té un impacte directe sobre la qualitat de vida i és aquesta una condició indispensable per als ciutadans transnacionals i un dels principals motius per instal·lar-se a la RMB. No obstant, les persones immigrades entrevistades anoten com a assignatura pendent, certs aspectes relacionats amb el medi ambient (contaminació, brutícia a l'espai públic) i això afecta directa i precisament de forma negativa a la tant ben valorada qualitat de vida a la RMB.



Pareja-Estaway

Sectors node

En contrapartida a la rellevància que els factors *soft* tenen a la ciutat, s'ha de destacar la presència de "sectors node" que constitueixen un no menys important factor de localització *hard*. Per "sectors node" s'entenen determinats sectors econòmics fortament consolidats a la ciutat i a la regió, amb un sòlid desenvolupament que a més, genera xarxes: formatives, laborals i empresarials, entre d'altres.

Clars exemples de sectors node a Barcelona són l'arquitectura i el disseny i el sector alimentari (actualment en procés d'innovació). La presència d'aquests sectors tenen una gran influència en la presa de decisions dels col·lectius transnacionals a l'hora de triar Barcelona com a lloc d'assentament. El fort desenvolupament de certs sectors garanteix per una banda, un volum important d'empreses lligades al sector que generen oportunitats de feina, i a més es creen sinèrgies amb altres branques professionals. D'altra banda, al voltant dels sectors node, es genera un ampli ventall d'institucions públiques i privades que garanteixen l'existència de xarxes professionals, uns mecanismes per a l'impuls i promoció d'aquests sectors i una formació de qualitat.

En aquest sentit, les institucions formatives, universitàries o escoles superiors, sobre tot les vinculades als sectors node, tenen un paper important en l'atracció de talent. L'educació de postgrau facilita els primers contactes amb xarxes professionals i una introducció al món laboral. També són significatives les xarxes de solidaritat entre els estudiants immigrants. El vincle entre estudis i sectors node és un important factor de retenció. Per als estudiants que no són de la UE, a més, els estudis de postgrau també representen una manera de solucionar entrebancs burocràtics. Continuar amb els estudis representa una opció per poder desenvolupar la seva carrera professional a la RMB i, a la vegada, proporciona temps per resoldre obstacles burocràtics i l'obtenció de permisos.

Tot i la importància dels sectors node com a factors de localització a la RMB, és important assenyalar algun dels efectes negatius del seu potencial. La consolidació d'aquests sectors econòmics a la ciutat ha creat cert proteccionisme entorn a activitats econòmiques consolidades que, en ocasions, es reflexa en l'existència d'entrebancs burocràtics com la homologació de titulacions. A més, sovint existeix una alta competitivitat d'aquestes activitats a la ciutat i això, es pot traduir en condicions dures de treball per als empleats i condicions econòmiques no favorables.

En tot cas, es pot afirmar que la importància de determinats sectors a Barcelona constitueix en sí mateixa un factor d'atracció i retenció ja que genera oportunitats de treball i possibiliten el desenvolupament professional.

L'atmosfera creativa i la vida cultural de la ciutat

La vida cultural de Barcelona i la seva atmosfera creativa són factors que la distingeixen respecte altres ciutats que també compten amb un bon clima i qualitat de vida, és doncs, un valor afegit. L'atmosfera cultural es relaciona amb elements intangibles, amb múltiples sinèrgies entre gent diversa i diferents actors. Per molts dels creatius entrevistats, aquesta atmosfera també s'explica per l'afluència de gent de diferents cultures i el dinamisme de les institucions culturals. És important subratllar que per "vida cultural" a la ciutat, no tan sols es fa referència a l'oferta o als serveis culturals públics o privats, si no també a les pròpies iniciatives civils.

En aquest sentit, les múltiples xarxes horitzontals a la ciutat juguen un paper important en la integració dels immigrants a la ciutat essent alhora, un dels elements claus de l'atmosfera creativa. Es tracta de xarxes principalment vinculades als sectors creatius, que acostumen a tenir un doble vessant, professional i personal difícilment diferenciables un de l'altre.

Per als ciutadans transnacionals més pròxims als sectors de coneixement intensiu, la vida cultural o la tradició creativa de la ciutat, no és un factor especialment rellevant en la seva elecció d'assentar-se a la RMB. Habitualment, es valora però no és decisiu. La qualitat de vida, sol ser per als professionals en els sectors coneixement, el factor d'atracció i retenció per excel·lència. Es pot afirmar que la combinació d'aquest dos factors, qualitat de vida i atmosfera cultural constitueix bona part de l'èxit del magnetisme de Barcelona. No obstant això, hi ha una proporció menor dels entrevistats dels sectors creatius que no consideren la vida cultural de Barcelona tant rellevant com es suposa, i aquests es remeten a cert provincianisme en comparació a ciutats culturals de primer ordre, Nova York, París o Londres.

Finalment, deixant de banda la cultura relacionada amb el desenvolupament artístic i entenent cultura en la seva accepció antropològica (llengua, costums, organització social, etc.), s'ha de destacar igualment, la seva potencialitat com a factor d'atracció. Tal i com s'ha explicat anteriorment, l'origen determina els processos de presa de decisions. La proximitat cultural constitueix una raó de pes perquè moltes persones llatinoamericanes i també de països mediterranis, triïn la RMB com a lloc per viure-hi. En el cas de les persones llatinoamericanes compartir una de les llengües oficials és un factor d'especial rellevància.

La imatge de Barcelona

La imatge de Barcelona és un important factor d'atracció a priori. Abans de l'arribada hi ha una idea preestablerta de la ciutat que es correspon, en gran mesura, amb la imatge que Barcelona ha volgut projectar internacionalment. La gran majoria dels informants tenien coneixements sobre Barcelona abans d'instal·lar-s'hi: o bé havien vingut com a turistes o bé havien adquirit prou informació, fins i tot amb anterioritat de la seva decisió d'assentar-s'hi. La majoria de persones entrevistades valoren positivament la imatge de la ciutat. No obstant, el temps d'assentament a la ciutat juga un paper determinant en aquest factor *soft*. Per exemple, per a les persones

immigrades fa més de deu anys, Barcelona, ha perdut part de la seva essència, part de "l'autenticitat" que caracteritzava la ciutat anys enrere, quan van arribar. No obstant, es reconeix que la ciutat ha guanyat en prestacions i serveis.

Per als sectors ja consolidats la imatge de Barcelona dona un valor afegit al producte o servei que es genera a la ciutat. Els professionals veuen la imatge de la ciutat com a una oportunitat per promocionar els seus projectes. Gran part de la imatge de la ciutat està estretament lligada a una marca, la marca Barcelona. Els informants es mostren descontents amb els continguts que en els darrers anys s'ha associat a aquesta marca. Per a ells hi ha una necessitat de redefinir-la per tal de controlar la qualitat dels productes que es creen sota el seu paraigua i a més desvincular-la del sector turisme.

Figura 9. Quadre resum: Immigrants altament qualificats: dos models diferenciats

Quadre resum Immigrants altament qualificats: dos models diferenciats	
Trajectòria de treball creatiu	Trajectòria de treballador del coneixement
<p>Arribada sense plans concrets, molts com a estudiants de postgrau; voluntat d'iniciar aquí la carrera professional.</p> <p>Apareixen sovint barreres burocràtiques en arribar.</p> <p>Les xarxes socials els permeten resoldre problemes com ara l'allotjament.</p> <p>Cerquen l'atmosfera creativa a la ciutat i l'establiment de xarxes.</p> <p>Es difícil separar les relacions professionals de les socials.</p> <p>Busquen qualitat de vida a la ciutat.</p> <p>La vida cultural de la ciutat és un actiu per a la seva trajectòria personal i professional.</p> <p>Es troben atrets pels grans events i per les microiniciatives que emergeixen de les xarxes.</p> <p>Tenen una visió negativa del turisme massificat.</p> <p>Malgrat marxin de Barcelona, volen mantenir el lligam.</p>	<p>Arriben a la ciutat amb feina o amb bones oportunitats d'aconseguir-ne.</p> <p>Les seves condicions laborals són bones.</p> <p>Les xarxes s'utilitzen per a resoldre problemes, tot i que sovint, l'habitatge és resolt per l'empresa.</p> <p>Habitualment vénen acompanyats de la família; la manca d'escoles en anglès representa un problema.</p> <p>Busquen qualitat de vida i tranquil·litat, sovint viuen fora del centre de la ciutat.</p> <p>Valoren molt positivament l'existència de bones comunicacions internacionals.</p> <p>Es troben atrets per l'àmplia oferta cultural al seu abast.</p> <p>Planejen quedar-se temps, tot i que això depèn en gran mesura de la seva empresa.</p> <p>Les relacions socials no es veuen com a fonamentals en la seva vida professional.</p>

Els informants també consideren que Barcelona és una ciutat on fàcilment s'estableixen vincles entre les persones que treballen en els sectors creatius i de coneixement. Aquests vincles es solen mantenir quan els mateixos actors es traslladen a viure a altres països. Aquesta és una altra manera de promocionar la ciutat: l'autopromoció de la ciutat mitjançant els llaços que els ciutadans transnacionals establerts en un altre destí, mantenen amb la ciutat i amb els actors que hi romanen.

En l'anàlisi de l'efecte dels factors de localització a Barcelona i la RMB, podríem afirmar, a grans trets, que Barcelona, atrau talent, però li costa retenir-lo. No obstant aquesta afirmació necessita matisos. Els sectors econòmics en estudi determinen part d'aquesta asserció. Alguns immigrants altament qualificats no tenen la necessitat de romandre en una ciutat determinada –especialment aquells que treballen en els sectors creatius—. Per exemple, en sectors com els disseny web, disseny tèxtil, composició musical, etc. poden viure en un país i mantenir els seus clients en altres. El món globalitzat necessita nous paràmetres per mesurar l'impacte del talent en una regió. En aquest cas, es diria que la retenció de talent no és tant important com el fet de que arribi talent a Barcelona, dinamitzi la ciutat, porti idees, projectes i hi estableixi lligams i interrelacions futures. Tanmateix, pel que fa als sectors intensius en coneixement, des de la perspectiva de l'empresa, és important anotar que les persones que treballen en companyies instal·lades a la regió troben certa dificultat per establir contactes amb talent d'altres països. En la seva opinió, el sector públic hauria de facilitar l'ajust entre l'oferta i la demanda de talent.

04

Polítiques i projectes adreçades als sectors creatius i del coneixement: principals reptes

La innovació, el coneixement i la creativitat són els elements principals de les agendes tant regional com local a Barcelona des dels anys noranta amb un pes determinant del projecte estratègic de ciutat-regió. Han estat molts els projectes endegats en molts municipis de la regió metropolitana de Barcelona vinculats a la creativitat i al coneixement resultat d'un planejament estratègic de llarg termini.

Mentre que la ciutat de Barcelona s'adaptà més ràpidament a les exigències de la nova economia, els municipis de la regió ho varen tenir més complicat doncs és allà on la tradició manufacturera estava més arrelada amb considerables sectors especialitzats en la producció intensiva en mà d'obra i no en coneixement. Aquests sectors es van veure molt afectats per la crisi i han generat greus problemes de desocupació. Sabadell, Terrassa o Mataró prenent com a referent el desenvolupament urbà de la ciutat de Barcelona i inicien estratègies similars a partir de la crisi industrial del 1993. En aquest sentit, hi ha un efecte "*spillover*" de les polítiques realitzades a la ciutat de Barcelona sobre la resta de ciutats de la regió metropolitana.

Malauradament, els anys 1990s no es caracteritzen per una estreta col·laboració entre governs, tant a escala horitzontal com vertical. Mentre que a escala autonòmica es buscava una estratègia de país, Barcelona requeria d'una més gran presència i protagonisme en les decisions polítiques de la regió metropolitana. Des de l'any 2003, es detecta una aproximació més integradora de tots els actors polítics presents en la regió.

Les estratègies de llarg termini plantejades a finals dels 80s vers "la ciutat del coneixement" es complementen amb la creació de noves infraestructures de transport (TAV i aeroport). Aquestes iniciatives han requerit del consens de tots els nivells de govern sota un considerable lideratge del govern local. No és menys important assenyalar que aquesta voluntat de reorientar els pilars de l'economia vers la innovació, la creativitat i el coneixement, es produeix en un context de creixement econòmic basat en baixes productivitats del treball i un pes gens menyspreable del sector immobiliari. La severa crisi econòmica que afecta a la totalitat del país troba a Barcelona i també a la seva regió metropolitana, però en un menor grau, en una millor disposició per a superar els greus problemes generats gràcies a l'existència (i acompliment) de les estratègies dibuixades a finals dels anys 90s.

El context macroeconòmic actual dominat per la crisi econòmica i el seu impacte negatiu sobre la ocupació està modificant actualment l'agenda i els objectius orientats vers la competitivitat a Barcelona i la seva regió metropolitana. Aspectes associats amb la cohesió social i el benestar del conjunt de la ciutadania són nous eixos d'acció política que s'afegeixen als que ja existien des dels anys 80, això és, la promoció de la competitivitat via especialització en creativitat i coneixement. Tot i que són molts els diferents departaments i nivells de govern que es troben immersos en la lluita contra la crisi, la implicació creixent d'agents socials i privats està donant un nou caire a la reconstrucció econòmica.

Els sectors creatius i del coneixement i les polítiques

Fent una mirada a la transformació de l'economia a la regió metropolitana de Barcelona i, en particular, a la creixent importància assolida per la cultura i la creativitat així com la consolidació de la ubicació d'empreses intenses en coneixement, es pot dir que les polítiques públiques són determinants a la RMB.

La posició actual de Barcelona en l'escena urbana no és només el resultat d'una confluència aleatòria d'un conjunt de determinants sinó el resultat d'un esforç decidit per a promoure l'economia creativa i del coneixement a partir del teixit industrial existent i la seva especialització. Les polítiques d'estímul a la creació i el coneixement a la regió han incorporat en les decisions estratègiques de futur el compromís amb el passat econòmic existent.

El projecte ACRE ofereix algunes alternatives a la perspectiva d'en Richard Florida sobre l'atractiu que exerceix una ciutat al damunt de l'anomenada "classe creativa". Les trajectòries personals i aspectes directament associats amb l'ocupació tenen com ja s'ha vist anteriorment un paper determinant en el posicionament actual de la regió metropolitana de Barcelona. La vinculació dels treballadors creatius i del coneixement al territori explica el per què alguns sectors emergeixen amb força. Tot i la importància dels factors *soft* a Barcelona, les polítiques existents i les passades són, sens dubte, tant importants com la qualitat de vida a la ciutat.

En termes generals, no hi ha discussió entre els actors clau a la regió sobre les prioritats i els eixos de desenvolupament de la RMB. Les polítiques que han propiciat l'assentament d'empreses en el territori orientades a la creativitat i al coneixement han estat fonamentals pel futur de la regió.

Hi ha acord també respecte a la importància de la imatge associada a la ciutat de Barcelona en l'atracció de talent i empreses creatives i del coneixement. Tot i així, segons els resultats de la nostra recerca, també sembla que existeix acord en la necessària revisió dels continguts associats a aquesta imatge.

El planejament estratègic ha esdevingut un instrument clau a l'hora de minimitzar el malbaratament d'esforços i recursos en la promoció econòmica de la ciutat de Barcelona. Aquest mecanisme de planejament en el llarg termini ha estat "copiat" tant per altres ciutats a escala internacional com per d'altres grans municipis a la regió metropolitana de Barcelona. No és menys important que del planejament estratègic iniciat a final dels anys 80, se n'hagin derivat un conjunt de programes i propostes amb un objectiu més delimitat (turisme, ocupació, cultura) també amb perspectiva estratègica de llarg termini.

Els tipus de polítiques

Polítiques directes

La cultura és una part essencial de la estratègia de desenvolupament (no només) econòmic de la ciutat de Barcelona i, com a resultat, un dels principals eixos de creació i un participant clau en la imatge de la ciutat. L'objectiu de promocionar la cultura en la ciutat és doble: d'una banda, es basa en la hipòtesi de que l'estímul cultural adreçat a la totalitat de la població a través de la provisió de grans equipaments culturals com ara museus o teatres, contribueix decididament al benestar de la societat com un tot. D'altra banda, la cultura té un pes innegable en l'aportació de valor afegit a l'economia de la ciutat.

La ciutat de Barcelona (com també el govern autonòmic) són els principals clients de les indústries culturals de la regió metropolitana i es reconeixen no només com a proveïdors de llocs de treball sinó com a contribuents clau a la creació d'una atmosfera creativa a la ciutat.

La cultura i la imatge van fortament lligades. La imatge de Barcelona a l'exterior atreu el turisme; depenent del tipus de turisme, aquest es pot beneficiar del gran ventall existent d'oferta cultural a la regió, especialment a la ciutat de Barcelona. Tot i així, l'anomenat turisme "*low cost*", en creixent augment degut a les facilitats quant a vols i allotjament, no gaudeix precisament d'aquest atractiu, generant de fet, externalitats negatives sobre l'altre tipus de turisme que busca consum cultural a la ciutat. Malgrat l'objectiu final sigui el turisme de qualitat, les arribades massives de "l'altre" turisme ja han produït les primeres opinions i efectes negatius. Existeix un clar *trade-off* entre l'expansió de la imatge de la ciutat a través del turisme i el cost social negatiu que pot generar a la ciutat. El nou Pla Estratègic de Turisme recull aquest discurs i reforça la necessitat d'aconseguir un turisme de qualitat per a la ciutat posant-t'hi els instruments adients.

Les activitats de coneixement intensiu no gaudeixen d'una llarga tradició a la RMB. Aquests sectors però, participen decididament en la creació d'ocupació, fins i tot en moments de crisi com l'actual. Existeix una evident aproximació "*top-down*" per part de les polítiques públiques locals en l'estímul d'aquestes activitats (no només amb el projecte 22@ com a projecte capdavanter en la regió). En molts casos, aquest fet ha contribuït a la proliferació d'acords entre diferents municipis i d'altres actors a la regió creant sinèrgies més profitoses que no pas la competència entre ells. L'administració pública assumeix en aquest context, el paper de facilitadora de les negociacions.

Les indústries creatives manifesten en la seva essència, un alt risc en termes econòmics, especialment en etapes inicials del seu desenvolupament. Donada la importància que tenen com a nucli dur del desenvolupament de la ciutat de Barcelona, el govern local proveeix de les infraestructures necessàries per a facilitar la seva consolidació. No obstant, la creativitat no sempre s'associa amb la viabilitat econòmica d'un negoci; aquestes estratègies poden resultar fonamentals en el sosteniment de la seva existència, doncs d'una manera o altra, contribueixen a la imatge de la ciutat. Donat que majoritàriament el teixit productiu de les empreses creatives està format per microempreses i una alta participació de freelance, la definició d'una estratègia capaç de recollir aquesta qualitat és un repte per a l'agenda pública local.

Polítiques indirectes

Les polítiques directes que promocionen la cultura, la creativitat i les activitats intensives en coneixement no es poden dissociar d'altres polítiques que, tot i que indirectament, contribueixen a la posició competitiva de la ciutat-regió de Barcelona. Són, entre d'altres, les polítiques orientades a la millora dels factors *hard* existents com ara el TAV o la banda ampla. Les grans inversions fetes en els darrers deu anys en la millora d'infraestructures tenen un pes decisiu en l'atracció d'empreses i talent a la regió. En aquest sentit, el paper del govern central i també dels fons Europeus és més rellevant en aquest tipus de polítiques indirectes que no pas en les estrictament directes de promoció de la creativitat i del coneixement.

Així doncs, malgrat la implicació dels governs locals quant a la definició d'estratègies directes d'estímul, el govern central ha jugat fins ara un paper decisiu en la millora de l'atracció exercida pels factors *hard* entès com a mesura d'acompanyament a les línies polítiques estratègiques prioritàries. Sovint, la millora d'aquest factors atreu empreses i també professionals altament qualificats.

Les polítiques vinculades al mercat de treball també afecten a la competitivitat de la regió. El fet certament preocupant en una ciutat-regió com la de Barcelona és l'amenaça que constitueix el baix nivell de productivitat en la capacitat competitiva de la regió en l'escena Europea. La desaparició dels baixos salaris com a avantatge competitiu no ha estat compensada per una millora suficient en la qualitat de la mà d'obra existent. L'empitjorament de la situació en l'actualitat està obligant a redefinir objectius a escala nacional. Tal i com s'ha mencionat anteriorment, la RMB es troba millor posicionada per a combatre els efectes de la crisi degut a l'esforç històric en la promoció d'activitats capital intensives tant creatives com del coneixement.

L'esforç fet per les universitats i els centres de recerca de la regió per tal d'atreure talent a través de bons programes d'educació superior i de la pròpia creació de llocs de treball qualificats és molt rellevant. La seva participació en el planejament estratègic del territori contribueix sens dubte a l'establiment d'objectius coherents en els programes d'educació superior a escala local, autonòmica i nacional.

La governança a la RMB

A la regió metropolitana de Barcelona es produeix un solapament complex d'institucions i polítiques. En el territori metropolità hi actuen tres grans nivells de govern: el local (164 municipis), l'autonòmic i el nacional. Tots ells exerceixen papers diferents a la regió, essent el govern local el responsable primordial en la millora de la posició municipal en la jerarquia urbana. El procés de descentralització política sofert pel país des de la transició ha influït de forma decisiva en la proliferació de la "cultura del consens" que ha donat lloc a múltiples Consorcis a la regió metropolitana així com a l'elaboració de programes conjunts que contribueixin a la "clusterització" d'activitats.

Una de les principals característiques de la estructura institucional de la RMB és el paper rellevant que hi juguen les autoritats locals en el desenvolupament de polítiques adreçades al creixement econòmic així com la manca d'una coordinació coherent entre elles. La ciutat de Barcelona, malgrat aquest fet, lidera el desenvolupament econòmic de l'àrea i reclama la coordinació d'esforços entre les diferents autoritats.

D'altra banda, el paper central jugat per les autoritats públiques en la millora de les infraestructures i les connexions genera un efecte atracció immediat al damunt dels actors privats. El bon funcionament de la governança és fonamental per a la consecució d'un èxit segur en la millora de la competitivitat urbana. El caire de les interaccions entre els actors implicats a la RMB està poc definit; d'una banda, molts dels acords oficials que es produeixen a la RMB estan alhora implicant actors privats. Clarament s'està produint un augment de la cooperació per tal de millorar la posició competitiva de la ciutat-regió de Barcelona. Les fórmules de governança

adoptades a la regió han sofert un canvi substancial: des d'una aproximació *top-down* aïllada a cada municipi s'està evolucionant cap a formules més innovadores que impliquin l'acord col·lectiu entre actors de diferent naturalesa. Per altra banda, l'absència fins fa ben poc d'una institució metropolitana que garanteixi la coordinació de les polítiques i les estratègies ha pogut representar una de les amenaces importants per al futur de la regió.

L'articulació de la governança a la RMB ofereix indicis respecte a la inclusió de nous actors rellevants, més enllà de les institucions públiques, el que constitueix un factor diferencial respecte a d'altres ciutats del projecte ACRE.

En aquest sentit, l'establiment de xarxes a la regió metropolitana de Barcelona entre professionals, institucions i d'altres organitzacions és essencial en l'articulació d'una estratègia conjunta de desenvolupament econòmic. Per tant, la provisió de canals que facilitin aquesta interrelació: contactes entre empreses i també amb institucions públiques emergeix com a element positiu que es dona a la ciutat regió de Barcelona.

El lideratge a la regió està clarament assumit per la ciutat de Barcelona. Molts altres municipis es troben directament influïts per les estratègies adoptades a la ciutat, configurant ells la seva pròpia estratègia a imatge del que es fa a Barcelona. Per exemple, la promoció i l'estímul del coneixement a través de la creació de districtes tecnològics o parcs científics. La (bona) imatge internacional de Barcelona també afecta positivament als municipis de la regió.

Els col·lectius estudiats i les polítiques adreçades als seus sectors

Existeix un consens generalitzat entre tots els grups estudiats; la cultura, la creativitat i el coneixement han de ser un dels eixos claus en el desenvolupament econòmic de la regió. Després de constatar els efectes de la crisi econòmica, els compromisos amb els sectors creatius i del coneixement així com amb la innovació impliquen un canvi vital en l'estratègia de moltes de les empreses instal·lades a la regió. En aquest sentit, tots ells manifesten que la RMB té el potencial necessari per a assumir aquest repte.

Tots els col·lectius coincideixen a assenyalar la existència de xarxes professionals i socials a la regió metropolitana de Barcelona i que, aquest fet coincideix amb la voluntat de les institucions públiques de reforçar-les i promoure-les on no són fàcils d'establir, sense ser excessivament intervencionista en el funcionament del sector privat. El pes de les xarxes professionals és particularment rellevant per als directius i els immigrants qualificats. De fet, per a aquest darrer grup, els factors amb un major potencial d'atracció de la ciutat estan vinculats a la presència de sectors que actuen com a node a escala internacional, tot i que els factors *soft* hi juguen un paper important.

Els directius consideren també que bona part dels factors d'atracció de la regió recauen en l'existència de factors *soft*, per aquesta raó, afegeixen, alguns factors *hard* (com ara determinades infraestructures de comunicació i telecomunicació) haurien de ser potenciats per tal d'atreure més companyies. Certament, les institucions públiques avancen en aquest sentit, reorganitzant les polítiques d'atracció de talent a la ciutat, centralitzant-les i convertint-les en polítiques urbanes i acompanyant-les d'una millora notòria en els factors *hard*.

Un dels temes que genera més divergències entre els grups estudiats així com controvèrsia respecte a les polítiques que calen ser utilitzades és el del turisme. Els immigrants qualificats el consideren un aspecte negatiu. Es queixen de l'excessiva presència de turisme a la ciutat, especialment al centre; consideren que el turisme està associat a una externalitat negativa sobre la qualitat de vida, un dels motius que en molts casos els ha fet arribar a Barcelona: un nivell de vida més alt i la pèrdua d'identitat de la ciutat són dos factors recurrents en les seves queixes. D'altra banda, aquest col·lectiu considera que el turisme afecta també directament al mercat cultural i a la seva oferta.

Els directius observen el turisme des de dues perspectives: el pes del turisme a la RMB és positiu doncs implica generació de renda per a la regió i llocs de treball. També actua com a forma indirecte d'atreure talent.

En general, existeixen sensibilitats respecte a les polítiques d'actuació de cara al turisme a les institucions públiques, especialment, al govern de la ciutat de Barcelona. De nou, la definició de grans línies estratègiques apunten vers la reconversió, en el llarg termini, del tipus de turisme que atreu la ciutat.

Un dels temes on hi ha acord entre tots els grups és la necessitat de renovar la marca de la ciutat, estretament lligada a la imatge de Barcelona a l'exterior. Tots els grups reconeixen el valor que ha representat el bon posicionament de la marca en el passat, però suggereixen la seva reinvençió o l'aportació de nous continguts, inclús, des de les visions més crítiques, eliminant aquest tipus de màrqueting de la ciutat.

Els que dissenyen polítiques es manifesten totalment d'acord amb els directius dels sectors creatius i del coneixement sobre l'excessiu localisme de les petites i mitjanes empreses que configuren el teixit productiu de la regió. L'expansió i la internacionalització dels mercats són reptes claus per a les empreses; en aquest sentit, es valoren positivament les polítiques orientades tant a l'obertura dels mercats com de grans empreses a la regió doncs actuen com a motors per a les empreses instal·lades. Tot i això, és cada vegada més evident que les polítiques orientades per a captar talent estan creixent en importància. Els directius i les institucions públiques estan d'acord en la insuficient dotació de tradició de capital risc a l'economia de la regió; ambdós subratllen la necessitat d'instrumentar polítiques al respecte.

Un sistema educatiu competitiu i de gran qualitat està en les agendes públiques d'aquelles institucions compromeses amb el desenvolupament dels sectors creatius i del coneixement a la regió. Els directius reclamen la millora de les relacions entre el teixit productiu, l'economia real, i la recerca a les universitats. En aquesta línia, es reclamen professionals qualificats que responguin a les exigències competitives de la "nova economia". No pot ser oblidat però, que un dels factors d'atracció de talent a la regió és l'existència de programes de formació d'alta qualitat en alguns sectors capdavanters a la ciutat com ara l'arquitectura o el disseny, entre d'altres.

Finalment, hi ha un acord unànime respecte a les forces de la ciutat; sens dubte, el potencial dels factors *soft*, en particular, la qualitat de vida, la ubicació geogràfica i l'atmosfera cultural en el desenvolupament dels sectors creatius i del coneixement. Això no eximeix de la necessitat de revisar i emfatitzar les millores recents realitzades en molts dels factors *hard* a la RMB així com identificar les necessitats pendents de resoldre com ara una millora en la accessibilitat internacional, algunes infraestructures adreçades a la cultura i alguns elements centrals els programes educatius i formatius en aquests sectors.

En resum, la competitivitat de la regió metropolitana de Barcelona és el resultat de molts esforços en diferents àrees d'intervenció i per diferents nivells de govern. L'estratègia del llarg termini establint la creativitat i el coneixement com a pilars de desenvolupament econòmic des dels anys 80s ha conduït la direcció de les polítiques diàries i ha posicionat millor la ciutat davant la crisi i en termes de la imatge global de la ciutat i la seva regió metropolitana. La "bona governança" ha esdevingut un fet diferencial respecte a d'altres ciutats i es constitueix per sí sola com a element clau de futur.

Figura 10. Quadre resum

Facilitadors

- La confiança en la voluntat política
- La definició d'estratègies de llarg termini
- L'existència de factors *soft*
- L'actiu cultural de la ciutat
- La marca Barcelona
- L'estabilitat política
- El creixement macroeconòmic generalitzat
- Les aproximacions *top down* en política urbana



Obstacles

- Sistemes de producció basats en la baixa productivitat
- Manca d'inversió en R+D
- Estructures educatives febles
- Manca de coordinació suficient entre nivells de govern i actors a la BMR

Font: Basat en Pareja-Eastaway, M. (2009)

Els reptes de futur passen pel reconeixement i superació d'algunes de les amenaces descrites en aquesta secció: entre elles, l'adequació de la marca Barcelona a una imatge de la ciutat associada amb d'altres paràmetres que no només els econòmics, l'anivellament dels factors *hard* (escales salarials i productivitats incloses) a estàndards europeus, la preservació de l'atractiu dels factors *soft* a la regió i el disseny de polítiques que reconguin no només el talent que ve de l'exterior sinó l'arrelament de creatius al territori.



Pareja-Estaway

05

El posicionament de la ciutat-regió de Barcelona respecte a d'altres ciutats

En una hipotètica jerarquia de ciutats i regions mundials des del punt de vista de la internacionalització podem situar en un primer terme les grans ciutats globals, entre les que figuren diverses ciutats nord americanes i algunes ciutats europees, com Londres o París (Kovács *et al.* 2007). Hi ha altres ciutats regions que han anat creixent en importància en l'àmbit europeu i que en alguns casos comencen a ser ciutats emergents en l'àmbit global. L'estudi del Projecte ACRE recull algunes d'aquestes ciutats, entre les que Barcelona té un paper rellevant.

Els factors *hard* i *soft*

Un dels elements centrals del Projecte ACRE és la distinció entre factors *hard* i factors *soft* d'atracció de les ciutats.

La connectivitat internacional és un dels aspectes que permet fer atractiva una ciutat com a centre de referència regional o global. També ho és com a factor d'atracció de les activitats creatives i intensives en coneixement, per la importància la major necessitat de mobilitat de les persones que treballen en aquestes activitats. De les ciutats²⁴ estudiades al Projecte ACRE, quatre destaquen de la resta superant els 30 milions de passatgers al 2008, Amsterdam, Milà, Munich i Barcelona

En efecte, tot i que Barcelona no és un "hub" internacional, com per exemple Amsterdam, Milà o Munich, el nombre de passatgers, que supera els 30 milions a l'any, mostra un considerable nivell d'internacionalització: **Barcelona es troba entre les 10 principals ciutats europees quant a tràfic aeri**. Ara bé, les dades de la distribució mundial dels passatgers assenyalen que aquest tràfic està concentrat a Europa, sobretot a Espanya. En efecte, d'acord amb les dades d'AENA del 2009, el 41% del tràfic es realitza amb la resta d'Espanya, més del 46 % es realitza amb la resta de la UE i només un 6 % es realitza amb altres destinacions alienes al continent europeu. Tanmateix, durant aquest segle s'ha produït un considerable canvi cap a la diversificació de les comunicacions, amb forts increments d'altres destinacions. Barcelona se situa doncs, entre les primeres ciutats europees havent fet passes importants per tal de pujar els esglaons que encara manquen cap a l'estadi de ciutat global.

Quant a altres factors *hard*, com l'ocupació i la formació, les grans ciutats regions de l'Oest d'Europa, com Amsterdam, Milà o Munich tenen certes avantatges, gràcies a les seves economies diversificades, degudes a una llarga experiència de desenvolupament industrial. També tenen bones condicions quant a oportunitats de formació. Aquests factors fan d'aquestes ciutats les capdavanteres del grup de ciutats estudiades, seguides per Barcelona, Doblin, Hèlsinki i Leipzig. Menys favorables, però també bones, són les condicions de Birmingham, Budapest, Riga i Toulouse. En canvi, Sofia i Poznan estan en pitjor situació des d'aquest punt de vista. Les ciutats de l'Est, en general, manquen d'aquesta diversificació i amplitud que atorguen les economies d'aglomeració a les ciutats occidentals, però gaudeixen d'una oferta de treball amb bon nivell de formació, especialment en disciplines relacionades amb els sectors intensius en coneixement.

²⁴ L'estudi inclou tretze ciutats que són: Amsterdam, Barcelona, Birmingham, Budapest, Doblin, Hèlsinki, Leipzig, Milà, Munich, Poznan, Riga, Sofia i Toulouse.

Molt més favorable és la posició de Barcelona pel que fa als factors *soft*. En aquest tipus de factors d'atracció hi ha més diferències entre les ciutats estudiades. Així, Barcelona, juntament amb Amsterdam, es troba entre les ciutats que té millor atractiu en aspectes com qualitat de l'entorn, qualitat de l'arquitectura urbana i qualitat de vida, a més a més de ser considerada una ciutat tolerant i plural. La pluralitat i la tolerància amb la diversitat és també un dels actius fort d'aquestes ciutats. En tots aquest aspectes Barcelona i Amsterdam es troben per sobre de la resta de ciutats europees, algunes de les quals gairebé no tenen factors *soft* rellevants. Aquesta dualitat entre Amsterdam i Barcelona es trenca per un factor decisiu en el cas de Barcelona, com és el clima, que potencia la qualitat de vida i fa del Sud una zona geogràfica atractiva.

Els sectors creatius i intensius en coneixement a les ciutats europees del ACRE

Entre les tretze regions metropolitanes estudiades al projecte ACRE hi ha notables diferències respecte a la dimensió econòmica, de població i de diversificació del teixit productiu. Aquestes diferències són determinants en aspectes com per exemple l'especialització regional i el pes dels sectors creatius i intensius en coneixement sobre l'economia regional. Però totes les regions metropolitanes estudiades tenen en comú un llarg procés de canvi estructural, des de les manufactures tradicionals cap als serveis, si bé el ritme d'aquest canvi ha estat diferent en cada cas.

A Amsterdam, Dublín o Hèlsinki les manufactures tradicionals tenen un pes molt reduït, mentre que a Milà o Poznan encara roman una important participació d'aquestes activitats a l'ocupació regional. Entre ambdós extrems es situen ciutats i regions metropolitanes on, malgrat el seu procés de canvi estructural, les manufactures encara tenen un considerable pes; aquest és el cas de Barcelona i la resta de ciutats regions. Tanmateix, el tipus d'indústries varia notablement entre aquestes últimes regions.

A tall d'exemple, podem distingir tres tipus diferents:

- Munich; Caracteritzada per una banda, per una ampla diversificació sectorial i, per altra, per la combinació de grans empreses amb petites i mitjanes empreses i la generació de potents clústers.
- Hèlsinki/Toulouse; Caracteritzades pel predomini d'algun sector de gran desenvolupament a la regió: els sectors aeronàutic i elèctric, en el cas de Toulouse; les TIC i les comunicacions en el cas de Hèlsinki.
- Barcelona/Birmingham/Budapest; Caracteritzades per la presència d'una indústria diversificada, però amb limitada presència de grans empreses, particularment d'empreses autòctones en el cas de Barcelona.

Un cas apart és Leipzig, que històricament no ha estat ciutat industrial sinó comercial, malgrat que va ser destinada a la indústria pesada durant el temps la RDA (Kóvacs *et al.* 2007).

Entre les regions estudiades al projecte ACRE, es pot observar en general, un pes relativament més gran de les activitats intensives en coneixement que de les activitats creatives. Aquesta diferència de pes econòmic sovint presenta un fort desequilibri a favor de les activitats intensives en coneixement, particularment a regions petites, com per exemple Riga o Toulouse, i a altres més grans, però amb una forta especialització, com Birmingham. Sovint la reduïda dimensió de les regions afavoreix aquesta especialització, com per exemple en el cas d'algunes ciutats de l'Est.

Taula 6. Població, renda per càpita i pes dels sectors creatius i de coneixement a les ciutats-regió ACRE

Regió metropolitana	Població 2001-2008, (milers)	PNB per càpita, 2005, milers d'euros	Ocupació en indústries creatives (% sobre el total)	Ocupació en indústries del coneixement (% sobre el total)
Amsterdam	1 100 (2005)	49,8	8	18
Barcelona	4 900 (2008)	24,7	13	10
Birmingham	2 284 (2001)	27,8	6	19
Budapest	2 100 (2005)	18,8	13	16
Doblin	1 230 (2006)	52,3	11	10
Hèlsinki	1 100 (2000)	34,0	13	18
Leipzig	570 (2001)	24,1	9	16
Milà	4 200 (2001)	37,5	14	17
Munich	1 675 (2001)	54,0	8	21
Poznan	856 (2005)	6,0	7	11
Riga	750 (2005)	10, 2	6	23
Sofia	1 050 (2001)	2,7	8	19
Toulouse	1 133 (2005)	26,9	6	16

Font: Kovács et al (2007)

En totes les ciutats regions metropolitanes hi ha un interès declarat en impulsar els sectors creatius i intensius en coneixement, però en cap cas la suma d'aquest dos sectors abasta la tercera part de l'ocupació total. Hèlsinki i Milà destaquen amb un 31 % de l'ocupació en ambdós sectors, amb un bon balanç entre totes dues activitats, i per contra, Poznan té menor desenvolupament en aquestes activitats amb un 18 % de l'ocupació total.

El fort pes de les activitats intensives en coneixement destaca a ciutats regió com Riga, amb un 23 % d'ocupació en aquest tipus d'activitats, Munich, Birmingham i Sofia, ciutats clarament orientades cap a aquests tipus d'activitats, però amb un pes relativament baix de les activitats creatives.

Les activitats creatives tenen un major pes a Milà, Hèlsinki, Budapest i Barcelona, tot i que en cap cas superen el 14 % de l'ocupació de la regió metropolitana. En canvi, a ciutats com Birmingham, Riga o Toulouse, més orientades cap als sectors intensius en coneixement, l'ocupació en activitats creatives gairebé no superen el 6 % de l'ocupació total.

En general, el pes de cadascun dels sectors sobre el total és relativament modest a totes les ciutats. En els sectors creatius, en el conjunt de les tretze ciutats regions es pot destacar el pes de: "Videjocs, software i publicitat electrònica", "Vídeo, film, música i fotografia" i "Radio i TV". Entre els sectors intensius en coneixement, destaca la importància de "Serveis jurídics i serveis a empreses", "Finances" i TIC.

La taula 7 mostra els subsectors més rellevants a cada ciutat regió, a partir de la participació percentual sobre l'ocupació. Es subratllen les coincidències abans esmentades, que reflecteixen la importància dels diferents

sectors a cada ciutat. Hem de considerar, no obstant, que sovint el pes relatiu d'un sector no es correspon amb el seu potencial futur²⁵.

Taula 7. Subsectors creatius o del coneixement més rellevants a cada ciutat²⁶

Ciutat regió	Sectors creatius	Sectors intensius en coneixement
Amsterdam	Edició Videojocs, software i edició electrònica	Serveis jurídics i serveis a empreses intensius en coneixement
Barcelona	Disseny i moda/Vídeo, film, música i fotografia. ²⁷ Videojocs, software i edició electrònica	Serveis jurídics i serveis a empreses intensius en coneixement
Birmingham	Videojocs, software i edició electrònica	TIC
Budapest	Arquitectura Edició	
Dublín	Arquitectura Edició	TIC
Hèlsinki	Edició Videojocs, software i edició electrònica	TIC (comunicació)
Leipzig	Vídeo, film, música i fotografia	Serveis jurídics i serveis a empreses intensius en coneixement
Milà	Disseny i moda	Serveis jurídics i serveis a empreses intensius en coneixement
Munich	Vídeo, film, música i fotografia Videojocs, software i edició electrònica	Serveis jurídics i serveis a empreses intensius en coneixement TIC
Poznan	Comerç especialitzat - antiguitats	Serveis jurídics i serveis a empreses intensius en coneixement
Riga	Arquitectura	TIC
Sofia	Radio i TV	TIC

²⁵ Aquest és el cas d'aquesta taula, on surt repetidament el subsector TIC pel seu volum d'ocupació, no pel seu creixement.

²⁶ Exclòs el sector "Comerç especialitzat – antiguitats.

²⁷ Atès que una part del sector Disseny i moda correspon a manufactures, s'inclou també el sector de videojocs, de creixement elevat a Barcelona.

Toulouse	Arquitectura	R&D i educació superior
----------	--------------	-------------------------

Font: Elaboració pròpia a partir dels informes ACRE

La Regió Metropolitana de Barcelona és la de més població de les tretze regions estudiades. És també una de les regions amb més tradició de la indústria manufacturera tradicional i amb més diversificació industrial. Tot això determina que Barcelona presenti un menor perfil d'especialització en qualsevol tipus d'activitat que altres regions més petites. Així doncs, comparada amb la resta de regions europees aquí estudiades, Barcelona presenta menor importància relativa en activitats intensives en coneixement, amb només un 10 % d'ocupació en aquests sectors. Però d'altra banda, presenta més especialització en activitats creatives, conjuntament amb Milà, Hèlsinki i Budapest

Els aspectes estratègics

Cada ciutat és avui el resultat de la trajectòria que ha dibuixat al llarg de la seva història. En aquesta trajectòria hi ha diversos aspectes que conformen la identitat urbana i social de la ciutat, uns de caire econòmic i altres de caire històric, social, cultural i geopolític. D'una banda hi ha aspectes econòmics com el desenvolupament i la estructura industrial, l'adaptació als canvis tècnics, la capacitat organitzativa, emprenedora i d'innovació, així com la dotació de ma d'obra i la seva formació. D'altra banda hi ha aspectes socials, com l'evolució històrica, el desenvolupament cultural i artístic, la posició geopolítica de la ciutat i regió i la capacitat de portar a terme polítiques actives favorables a l'adaptació als nous fenòmens. Tots aquests elements contribueixen a conformar la via o el camí seguit per una ciutat regió i, a més, expliquen el que aquesta ciutat és avui, al mateix temps que condiciona les seves potencialitats futures.

En efecte, l'auge comercial o la industrialització no es produïren de manera uniforme; com tampoc el creixement demogràfic ho va ser. En conseqüència la trajectòria seguida, per exemple, per les ciutats del Oest i Nord d'Europa ha estat diferent de la seguida per les ciutats de l'Est o per les ciutats del Sud. Així doncs, hi ha ciutats que han tingut un desenvolupament econòmic primerenc i altres que l'han desenvolupat més tard; ciutats que han tingut més pes industrial i altres que han tingut més pes comercial; ciutats que han tingut el protagonisme de la capitalitat i altres que no ho han tingut. Tot això ha determinat la major o menor diversificació de cada ciutat o regió i per tant, ha condicionat també la capacitat d'adaptació als canvis. És aquest conjunt d'elements que permet entendre aspectes com per exemple el fet que hi hagi més efectes d'aglomeració a les ciutats regions de l'Oest que a les ciutats de l'Est d'Europa i que això hagi determinat també un major desenvolupament de tots els factors que afavoreixen el desenvolupament a les ciutats de l'Oest, com ara la connectivitat regional, interregional i internacional i més facilitats per captar recursos aliens.

Aspectes com el seu paper estratègic en les preses de decisió a nivell nacional o internacional, el seu cosmopolitisme i pluralitat cultural, la seva capacitat per albergar activitats d'alta tecnologia o generar activitats creatives, la seva "solera" històrica, la seva experiència i bon govern, especialment en la gestió de polítiques culturals, creatives i d'innovació, entre d'altres, són determinants en la definició d'una ciutat-regió a través del seu desenvolupament en el temps. Aquests aspectes estan recollits en els conceptes expressats a la taula 8 per a les 13 ciutats-regions estudiades al projecte ACRE.

Taula 8. Classificació de ciutats d'acord amb el seu desenvolupament.

	Coneguda com a centre de decisió política i/o econòmica	Coneguda internacionalment com a centre històric cultural	Ciutat amb bona governança i recursos financers i organitzatius	Ciutat amb sectors forts en alta tecnologia o amb desenvolupament en serveis	Ciutat activa en política tecnològica i de innovació	Ciutat acollidora i plural
Amsterdam						
Barcelona						
Dublín						
Munich						
Hèlsinki						
Budapest						
Milà						
Riga						
Sofia						
Leipzig						
Toulouse						
Birmingham						
Poznan						

Font: Kovács et al. (2007)

Amsterdam i Barcelona són les ciutats que tenen una posició més avantatjosa per acollir l'establiment de indústries creatives i intensives en coneixement i perquè aquestes indústries puguin fructificar. En un segon terme se situen Munich i Dublín, també amb bon posicionament per acollir activitats, preferentment intensives en coneixement, però amb menys grau de tolerància i pluralisme cultural. Toulouse és una ciutat amb gran potencial de desenvolupament i amb bona posició des del punt de vista d'activitats de coneixement, però la seva posició estratègica és subordinada. És, per la seva posició geogràfica i les seves característiques, una potencial aliada regional de les ciutats del nord d'Espanya. Birmingham té similituds amb Toulouse, però sense un pes tant rellevant d'activitats d'alta tecnologia. Hèlsinki té un reconegut desenvolupament d'activitats intensives en coneixement, malgrat que no és conseqüència d'una política activa regional. Tampoc es caracteritza pel seu atractiu internacional com a ciutat acollidora i plural. Milà, com Hèlsinki, és un centre reconegut de decisió internacional, però amb mancances de governança i capacitat financera i d'impuls polític. Finalment, les ciutats de l'Est tenen greus problemes de governança, d'organització i finançament, que s'han agreujat amb la crisi econòmica.

Només dues ciutats reuneixen totes les característiques recollides, Amsterdam, referent internacional ja consolidat de la ribera nord d'Europa, i Barcelona, que s'està consolidant com a referent internacional a la ribera sud d'Europa. Ambdues ciutats han tingut una trajectòria marcada pel seu caràcter plural i acollidor, amb tradició històrica i cultural i, tot i no exercir la capitalitat d'un estat, mantenen protagonisme en les decisions estratègiques que determinen la seva trajectòria futura mitjançant polítiques actives, particularment en les activitats aquí estudiades.

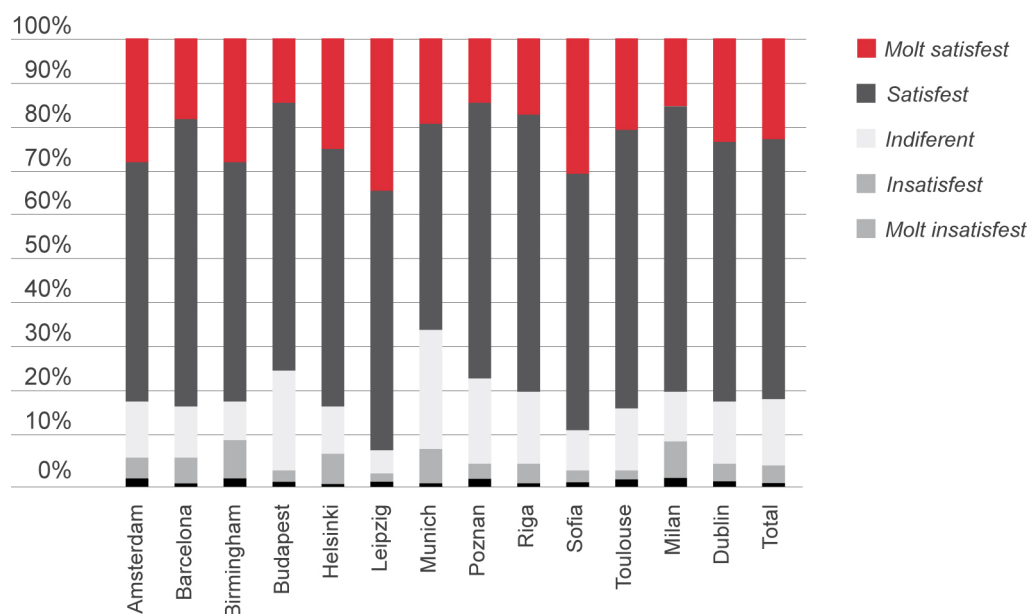
Relacionats amb el desenvolupament històric d'una ciutat regió hi ha tot un conjunt d'elements que defineixen la seva projecció de desenvolupament futur. En termes generals, les regions amb més mecanismes de decisió al seu abast, com governs regionals i sistemes de cooperació i de presa de decisions de forma coordinada o horitzontal disposen de més capacitat estratègica. L'existència d'objectius estratègics compartits i la coordinació entre els diferents nivells de govern i amb institucions públiques i privades és un altre element positiu. Es poden així mateix, apreciar diferències entre les ciutats regions de l'Est i les occidentals, aquestes últimes amb més capacitat estratègica i més instruments al seu abast. Entre les ciutats regions occidentals Barcelona, Munich, Leipzig i, amb una altra manera de fer, Amsterdam, són les que disposen de més capacitat de decisió en les diverses instàncies de govern a prop seu.

L'opinió dels treballadors creatius i del coneixement

Tots els aspectes anteriors tenen influència en la manera en que les persones en general i els treballadors a sectors creatius i del coneixement en particular, se senten atretes per una ciutat regió, objecte d'aquest estudi. La mesura en que els aspectes econòmics, culturals, arquitectònics, urbanístics i polítics influeixen en el benestar dels ciutadans només es pot conèixer preguntant directament.

L'opinió dels treballadors i graduats segons l'enquesta realitzada a cadascuna de les ciutats regions del projecte ACRE mostra un contrast gran entre les diferents ciutats regions. D'una banda, els ciutadans alemanys, de Leipzig i Munich, tenen un índex de satisfacció amb les seves ciutats molt elevat, al voltant del 90 % es declaren satisfets o molt satisfets. D'altra banda, a Milà menys del 20 % es declara satisfet o molt satisfet i al voltant del 40 % es declara insatisfet o molt insatisfet, amb un gran nombre d'indiferents. Barcelona proporciona un grau de satisfacció considerable, amb les dues terceres parts de ciutadans satisfets o molt satisfets.

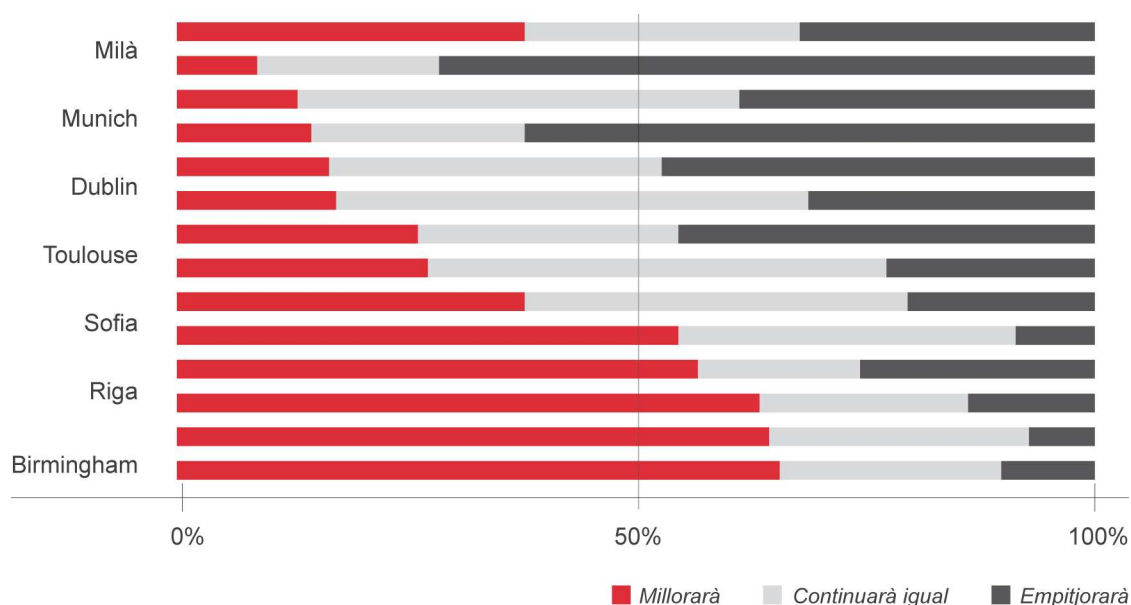
Gràfic 12. Satisfacció amb la ciutat



Font: Enquesta Acre

Aquest resultat es pot relacionar amb el gràfic 17, on es mostra l'opinió sobre el previsible futur de cada ciutat regió. Els treballadors i graduats de les ciutats de l'Est, excepte Budapest, manifesten més optimisme sobre l'evolució futura del nivell de vida a la seva ciutat, la qual cosa és comprensible si tenim en compte que quan es va fer l'entrevista portaven poc temps com a membres de l'UE i això s'aprecia al seu estat d'ànim. El cas de Budapest, on es manifesta menor optimisme sobre l'evolució del nivell de vida en el futur, té una explicació: Hongria ha estat dels primers països de l'Est on es va començar a patir la crisi econòmica. En quant a Milà, les dades de tots dos gràfics probablement tenen a veure amb la situació d'indefinició estratègica de la pròpia ciutat, que ha tingut temps millors. El cas de Munich, ciutat en la que el gràfic anterior reflecteix un alt nivell de satisfacció, només té una explicació: no pot millorar. En el cas de Barcelona, els dos resultats resulten equilibrats i sembla indicar que hi ha confiança per part dels ciutadans en el desenvolupament de la ciutat regió.

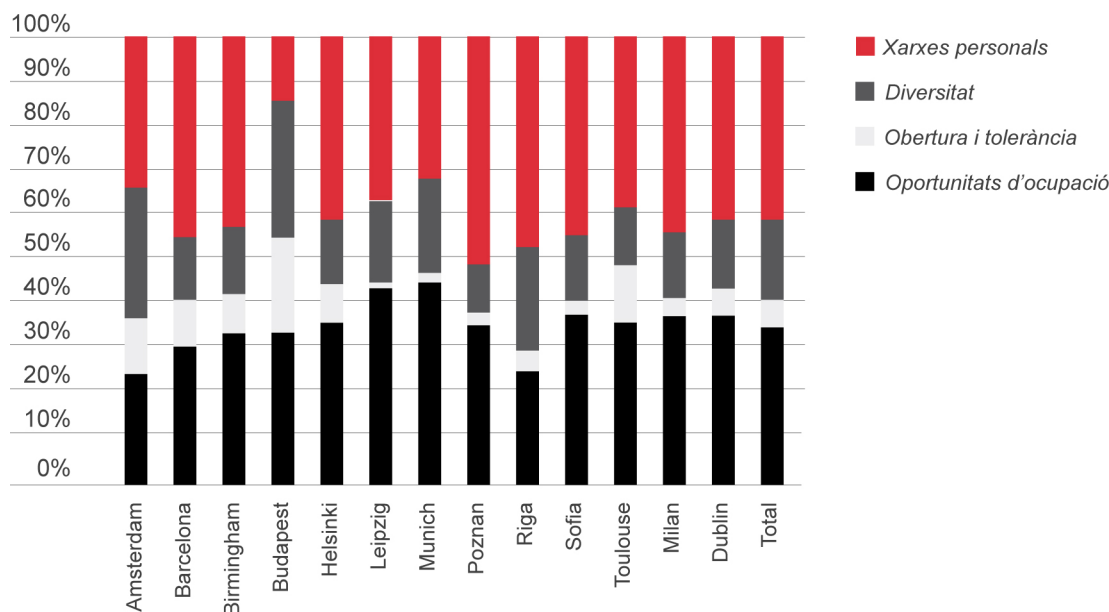
Gràfic 13. Previsió dels treballadors i graduats entrevistats sobre l'evolució futura del nivell de vida a la ciutat



Font: Enquesta ACRE

Tal i com ja s'ha mencionat, el projecte ACRE posa de manifest la importància dels factors relacionals, les trajectòries individuals i les oportunitats de feina a totes les ciutats com a elements decisius en la capacitat d'atracció de les ciutats.

Gràfic 14. Factors d'atracció de la ciutat



Quan es comparen els diferents casos d'estudi del projecte ACRE el que sorgeix és una realitat diferenciada on les estructures econòmiques, socials, polítiques, culturals, físiques i funcionals acumulades juguen un paper fonamental i són crucials per a un desenvolupament sostingut i estable. És complicat idear una ciutat competitiva que no tingui en compte el seu passat. Es tracta de reinventar la ciutat, de reutilitzar els elements del teixit existent social, econòmic, institucional i funcional (Bontje i Musterd, 2008).

El que moltes ciutats tenen en comú és que molts dels líders urbans contemporanis es consideren a sí mateixos com a actors fonamentals en el desenvolupament futur de la ciutat. La veritat és que les bases per a un desenvolupament econòmic adequat han estat assentades des de fa temps a la ciutat. Les polítiques i els polítics poden reforçar el potencial d'aquestes bases però no haurien d'inventar-les sinó construir sobre elles.

Algunes ciutats presenten economies que mostren certes discontinuïtats; l'herència històrica de l'especialització mostra diferents magnituds de les realitats a capitalitzar i, per tant, esforços diferents per a adaptar l'existent a les noves exigències de competència internacional. No es pot menysprear tampoc, els canvis revolucionaris que en alguns casos s'han esdevingut quan a transformació econòmica de la ciutat però, tot i així, resulta difícil prescindir del llegat del passat en termes d'experiència i especialització. Val a dir que, la invenció d'una ciutat creativa no inserida en la seva pròpia història – *lack of embeddedness* –, acumula molts riscos per al fracàs.

Degut a la importància del passat en el disseny de l'estratègia per al futur, les aproximacions en termes de política pública tendeixen a construir en base al passat. Arreu hi ha recança respecte a la destrucció del passat, fins i tot, en patrimoni fabril, les velles fàbriques s'han convertit arreu en centres de producció d'art i de cultura. De fet, el caràcter multicultural i la riquesa històrica de les ciutats europees constitueix un avantatge competitiu enfront d'altres "noves" ciutats en ple creixement a la Xina o als EEUU.

Figura 11. Quadre resum ACRE

ACRE					
Importància dels <i>pathways</i>	Baixa mobilitat de treballadors creatius i del coneixement	El paper de les trajectòries personals	La rellevància de les xarxes	Atreure talent és tant important com retenir-lo	Les polítiques en base al context

Així doncs les trajectòries són importants però també ho són els governs locals i les polítiques. De fet, des del moment en que polítics i altres actors reconeixen la importància del context històric, econòmic, social i institucional, milloren les oportunitats d'èxit. Altres raons que no surten a les estadístiques i no són fàcilment copsables, connectades especialment amb la dimensió social de la ciutat en les xarxes a escala local, esdevenen determinants.

Els resultats del projecte ACRE a Barcelona, però també a d'altres ciutats europees assenyalen que, per als treballadors i directius, tant les xarxes individuals com les oportunitats de feina són determinants per la ubicació del talent i les empreses creatives i del coneixement. Contradient les tesis d'en Florida, la diversitat i la tolerància de la ciutat no són, almenys d'acord als resultats del projecte ACRE, essencials en tots els casos d'estudi.



Pareja-Estaway

06

Reflexions i recomanacions

Al llarg d'aquest estudi s'ha evidenciat la importància dels factors de localització *soft* en l'atracció i la retenció de treballadors i empreses del sectors creatius i de coneixement intensiu a la RMB. Cal destacar especialment dos tipus de factors: en primer lloc, aquells que no es poden modificar, millorar o canviar, com ara la dimensió humana de la ciutat, el clima o la proximitat amb el mar i la muntanya. En segon lloc, aquells que són resultat d'una trajectòria de les activitats culturals en un sentit ampli, per exemple, la importància de l'arquitectura o el consum del temps de lleure. També s'ha destacat l'estreta relació entre els factors "soft i *hard* a la ciutat-regió. Factors com la qualitat de vida estan clarament influenciats per altres factors de localització com la qualitat del sistema de transport públic o el cost de vida a la regió. A més, els efectes dels factors *soft* i *hard* fins hi tot poden estar confrontats. S'ha explicat el cas que factors com, les oportunitats de feina, l'ambient laboral, la flexibilitat en l'ús del temps són aspectes valorats de la RMB però en canvi altres factors relacionats amb aspectes laborals com els sous o la l'accés a Internet, no reben bones estimacions.

La trajectòria personal i les relacions socials són aspectes importants per als tres tipus d'actors clau estudiats. Aquests aspectes són determinants per entendre la retenció de la població local a la regió, però també per entendre l'atracció dels ciutadans transnacionals qualificats, especialment els procedents d'Amèrica Llatina, doncs molts d'ells arriben a Barcelona seguint les passes de parents o amics. Haver nascut a la RMB també influeix, en gran mesura, en l'elecció de viure i treballar a la regió. Es pot afirmar que la ciutat-regió expulsa pocs actors relacionats amb la creativitat i el coneixement, el seu arrelament a la regió és notable. Així mateix, per als professionals d'aquests sectors i especialment per als creatius, la línia divisòria entre les relacions personals i laborals sovint és difícil de definir, l'existència de xarxes laborals i personals pot ser considerat també com un factor d'atracció i retenció.

La rellevància dels diferents factors de localització (*soft*, *hard* i trajectòries personals) s'ha d'entendre de manera relacionada. No obstant cada tipus de factor de localització presenta característiques pròpies:

- La trajectòria i les relacions personals són importants no tan sols per retenir població a la regió, sinó també com a generadores de xarxes informals de professionals. Aquestes xarxes són especialment significatives en els treballadors dels sectors creatius. La força d'aquestes relacions socials està estretament vinculada a aspectes de la regió com la dimensió de la ciutat o el clima.
- La majoria de punts forts de la RMB s'atribueixen a factors de localització *soft*. Segons les conclusions del projecte ACRE, Barcelona en els darrers anys ha millorat la seva posició internacional com a pol d'atracció de talent, no tan sols per el seu desenvolupament econòmic, ni les seves millores recents en infraestructures sinó que ha estat crucial l'aportació dels factors *soft* (Pareja-Eastaway *et al.*, 2007). La imatge de la ciutat i el "model Barcelona", l'èxit del sector cultural en la construcció d'una atmosfera creativa i, sobretot, la qualitat de vida, han jugat un paper transcendental en les condicions locals de la RMB.
- Les avaluacions dels factors de localització *hard* no són tan positives com les dels *soft*. Tan mateix la posició global dels factors *hard* tampoc és completament negativa: seria una simplificació considerar els factors *soft* com a punts forts de la RMB i els factors *hard* com a obstacles. En el cas dels factors *hard*, les valoracions dependran, en gran mesura, del tipus d'actors que els avaluïn. Per exemple, un nombre important de factors *hard* han rebut valors "medium" per part de sectors econòmicament rellevants (sectors node). Altres factors *hard* relacionats amb aspectes rellevants pel desenvolupament del regió, l'educació, mercat laboral, connexions internacionals i infraestructures socials, reben avaluacions positives.
- Els sectors econòmics (sectors node) amb un alt valor afegit i internacionalment reconeguts (com per exemple, arquitectura o educació superior), constitueixen pols d'atracció per si mateixos.

- Els obstacles que pot trobar la ciutat-regió en el seu desenvolupament com a regió creativa i de coneixement no sempre estan relacionats directament amb els factors *hard* de localització. La necessitat de transmetre una estratègia clara de desenvolupament, la millora en la coordinació dels diferents nivells de govern, la manca d'internacionalització d'algun sector empresarial, el preu i els problemes d'accés a l'habitatge i la necessitat de millores mediambientals, en són alguns exemples. D'altra banda, el pes dels factors *soft* a la RMB representa un desafiament. Aquest factors *soft* atrauen també un volum important de turisme a Barcelona. S'han de realitzar esforços per controlar la qualitat del d'aquest sector i assegurar que un turisme massiu no afectarà negativament la vida del ciutadans.

Recomanacions

En base als resultats obtinguts mitjançant l'estudi dels tres grups d'actors claus, es suggereixen les següents recomanacions:

- **Polítiques transversals:** L'existència d'uns factors *soft* potents a la regió representa un fort compromís polític per preservar la capacitat de la regió per atreure treballadors dels sectors creatius i de coneixement. Un clar exemple són les polítiques de promoció de la imatge de Barcelona com a ciutat amb una alta qualitat de vida fonamentada en una tradició mediterrània.
El pròxim pas serien polítiques transversals per a la promoció de la ciutat-regió com una àrea on la creativitat i els projectes emprenedors es poden desenvolupar. En la mateixa línia s'haurien de dissenyar polítiques transversals per reforçar les xarxes informals: millora d'espais públics, creació d'espais de trobada, promoure noves formes d'associació entre professionals, individuals, creatius i empreses. Algunes iniciatives d'aquest tipus s'han dut a terme en el marc del 22@, però no en tots els sectors que s'estudien en aquest projecte, i a més, aquest tipus d'incitatives es podrien ampliar a nivell de ciutat, fins i tot de regió.
- **La importància de la formació i el sistema educatiu:** Aquests aspectes es poden contemplar dins les polítiques transversals, però degut a la seva rellevància s'assenyalen de manera específica. Pel que fa al tema d'atracció i retenció de talent, haver viscut i treballat a la RMB cert període de temps hauria de poder significar una "marca d'excel·lència". En aquest sentit, polítiques que reforcin l'excel·lència professional són decisives per la competitivitat de la regió, no només perquè poden atraure professionals, sinó també perquè representen una garantia, per aquells nascuts o que ja viuen a la RMB, d'obtenir i preservar un treball qualificat.
- **Polítiques específiques i sectorials:** Han de desenvolupar-se polítiques específiques per promoure la consolidació i internacionalització dels sectors creatius i de coneixement intensiu. Aquestes polítiques han d'incloure intervencions directes als sectors però també accions destinades al sorgiment de noves empreses. Els sectors més consolidats necessiten polítiques enfocades als factors *hard* per tal d'impulsar la seva internacionalització i reforçar la competitivitat en un context global. Per una altra part, els sectors emergents necessiten espais i les condicions necessàries per a créixer i desenvolupar-se.
- **Desenvolupar estratègies per complementar el sector turisme i les indústries creatives:** Al llarg d'aquest estudi s'ha vist com un creixement massiu del sector turisme sense un control adequat pot obstaculitzar el sorgiment d' empreses creatives i de coneixement. Un turisme massiu pot tenir un impacte negatiu en l'atmosfera creativa i la qualitat de vida de la ciutat-regió. Són necessàries polítiques que compatibilitzin el sector turisme, el tarannà propi de la ciutat la indústria creativa i de coneixement intensiu.
- **Desenvolupar una visió més integradora de governança:** Cal aprofitar les avantatges de comptar amb una regió metropolitana policèntrica impulsant una major coordinació entre municipis pel desenvolupament d'una economia creativa i del coneixement i a més, d'aquesta manera, evitar la competència excessiva entre empreses i projectes locals.
- **Polítiques que desenvolupin i reforcin la "triple hèlix":** Universitat, Administració i Empresa requereixen de lligams més estrets que permetin vehicular la producció de la innovació i el coneixement cap a les iniciatives concretes empresarials. La definició dels canals per la transferència de coneixement ha de ser facilitada per la mateixa Administració o en col·laboració amb els actors interessats.

- **Polítiques a llarg termini per prevenir el risc d'exclusió social:** Polítiques de foment i reforç de la cohesió social han d'acompanyar sempre les estratègies per promoure l'economia creativa i de coneixement, per tal d'augmentar la competitivitat de la RMB en el marc europeu. No obstant, el risc d'un increment de l'exclusió i polarització social és considerable. Per tant, s'haurien d'implementar mesures per prevenir aquesta situació no desitjada i això a d'incloure estratègies de ciutat a llarg termini.

Resumint, totes aquestes recomanacions sobre polítiques haurien de seguir un esquema sostenible. És a dir, s'hauria d'aspirar a aconseguir un equilibri regional en termes ambientals, socials i econòmics. S'ha d'evitar el desequilibri contextual de la RMB i seguir l'objectiu de ser una regió atractiva però també una regió sense un risc creixent de polarització social.



Pareja-Estaway

07

Referències

Bontje, M. & S. Musterd (2008) The Multi-Layered City; The value of old urban profiles. Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, 99 (2), pp. 248-255.

Florida, R. (2002) *The rise of the creative class and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books

Kovacs, Z., A. Murie, S. Musterd, O. Gritsai & H. Pethe (2007). *Comparing paths of creative knowledge regions*. ACRE report 3. Amsterdam: AMIDSt

Musterd, S., M. Bontje, C. Chapain, Z. Kovacs & A. Murie (2007). *Accommodating creative knowledge. A literature review from a European perspective*. ACRE report 1 Amsterdam: AMIDSt

Musterd, S., Murie, A. (2010 en publicació) *Making creative cities*. Wiley-Balckwell, Hoboken, USA

Pareja-Eastaway, M., J. Turmo, M. Pradel, M. Simó i L. García (2007). *The city of marvels? multiple endeavours towards competitiveness in Barcelona. Pathways to creative knowledge-based regions*. Amsterdam Institute for Metropolitan and International Development Studies (AMIDSt)

Pareja-Eastaway, M. J. Turmo, L. García, M. Pradel i M. Simó (2007) *Why in Barcelona?* Amsterdam: Amsterdam Institute for Metropolitan and International Development Studies (AMIDSt)

Pareja-Eastaway, M. J. Turmo, L. García, M. Pradel i M. Simó (2008) *Main drivers for settlement in the Barcelona Metropolitan Region. The managers' view* Amsterdam: Amsterdam Institute for Metropolitan and International Development Studies (AMIDSt)

Pareja-Eastaway, M. J. Turmo, L. García i M. Pradel (2009) *The magnetism of Barcelona. The attractiveness of the Barcelona Metropolitan Region for transnational knowledge immigrants*. Amsterdam: Amsterdam Institute for Metropolitan and International Development Studies (AMIDSt)

Pareja-Eastaway, M (2009a) ¿Factores *soft* o *hard*? Determinantes para la localización de empresas creativas y del conocimiento en la Región Metropolitana de Barcelona. En: *Ciudades Creativas*. Editat per Fundació Kreanta.

Pareja-Eastaway, M (2009b) Barcelona: from non-existence to fame. *Built Environment*. Vol 35. No 2: 204-211.

Pareja-Eastaway, M (2010, propera publicació) Construyendo la barcelona creativa: nuevos actores, nuevas estrategias. *Finisterra. Revista de Geografía*

Porter, M.E. (1998) Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 76 (6):77-91.

Scott, A.J. (2006) *Social economy of the metropolis. Cognitive-cultural capitalism and the global resurgence of cities*. Oxford University Press, Oxford

Turok, I. (2004) Cities, regions and competitiveness. *Regional Studies*, 38 (9): 1069-1083

UNCTAD (2008) *Creative Economy Report*. United Nations 2008.

Relació de figures, taules i gràfics

Figures

Figura 1. Quadre resum: Factors d'atracció i localització a la ciutat

Figura 2. Elements que caracteritzen la metodologia integrada del projecte ACRE

Figura 3. Definició de sectors al projecte ACRE

Figura 4. Fases del projecte ACRE a la RMB

Figura 5. Quadre resum. Sectors creatius i del coneixement.

Figura 6. Quadre resum. Treballadors i llicenciats.

Figura 7. Síntesi dels sectors entrevistats

Figura 8. Quadre resum: Directius: forces i amenaces a la RMB

Figura 9. Quadre resum: Immigrants altament qualificats: dos models diferenciats

Figura 10. Quadre resum

Figura 11. Quadre resum ACRE

Taules

Taula 1. Ocupats a Barcelona en sectors creatius i intensius en coneixement. 2008.

Taula 2. Nivell de satisfacció en activitats de lleure a la RMB

Taula 3. Tolerància a Barcelona i la RMB

Taula 4. Nivell de satisfacció de viure a la RMB (%)

Taula 5. Satisfacció amb la ciutat segons àrea de residència (en %)

Taula 6. Població, renda per càpita i pes dels sectors creatius i de coneixement a les ciutats-regió ACRE.

Taula 7. Subsectors creatius o del coneixement més rellevants a cada ciutat

Taula 8. Classificació de ciutats d'acord amb el seu desenvolupament

Gràfics

Gràfic 1. Llocs de treball als sectors creatius i intensius en coneixement (*)sobre el total de llocs de treball (Província de Barcelona).

Gràfic 2. Evolució de l'ocupació total i de l'ocupació als sectors creatius i intensius (*) en coneixement a Barcelona província (1995 = 100)

Gràfic 3. Evolució de l'ocupació per grau de qualificació a la província de Barcelona (1995=100)

Gràfic 4. Evolució de l'ocupació en sectors creatius a Barcelona província. Sectors de creixement baix (1995=100).

Gràfic 5. Evolució de l'ocupació en sectors creatius a Barcelona província. Sectors de creixement mig (1995=100).

Gràfic 6. Evolució de l'ocupació en sectors creatius a Barcelona província. Sectors de creixement alt (1995=100).

Gràfic 7. Evolució de l'ocupació total i de l'ocupació en sectors intensius en coneixement a Barcelona província. (1995 = 100)

Gràfic 8. Raons per viure Barcelona i la regió.

Gràfic 9. Raons per a viure i treballar a la Regió Metropolitana de Barcelona

Gràfic 10. Grau de satisfacció amb el municipi de residència.

Gràfic 11. Probabilitat de deixar la ciutat

Gràfic 12. Satisfacció amb la ciutat

Gràfic 13. Previsió dels treballadors i graduats entrevistats sobre l'evolució futura del nivell de vida a la ciutat.

Gràfic 14. Factors d'atracció de la ciutat

Cofinancen:



**Generalitat
de Catalunya**



Unió Europea
**Fons Europeu de
Desenvolupament Regional**
Una manera de fer Europa